

Mielikuvia Werstaalla
multimodaalinen käännösteksti museokävijöiden kokemana

Laura Aro
Tampereen yliopisto
Viestintätieteiden tiedekunta
Monikielisen viestinnän ja käännöstieteen maisteriopinnot
Englannin kääntämisen ja tulkkauksen opintosuunta
Pro gradu -tutkielma
Huhtikuu 2019

Tampereen yliopisto
Monikielisen viestinnän ja käännöstieteen maisteriopinnot
Englannin kääntämisen ja tulkkauksen opintosuunta
Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

ARO, LAURA: Mielikuvia Werstaalla – multimodaalinen käännösteksti museokävijöiden kokemana

Pro gradu –tutkielma, 72 sivua, englanninkielinen lyhennelmä 15 sivua
huhtikuu 2019

Tutkielmani pyrki selvittämään, kuinka tamperelaisen työväenmuseon Werstaan kävijät käytännössä kokivat valitsemani multimodaalisen käännöstekstin. Käännökset ovat tärkeässä roolissa museonäyttelyn esittämän informaation välittämisessä monenlaisille yleisöille, ja koko museo voidaan nähdä tiettyjen merkitysten käännöksenä uusiksi yleisölle kerrotuiksi merkityksiksi. Museon sisältämät useat visuaaliset ja verbaliset tekstit voidaan nähdä tämän käännöksen osasina – museo onkin multimodaalinen tila ja kokonaisuus.

Aiemmassa museotutkimuksessa on usein ollut lähtökohtana jokin laajempi sosio-poliittinen konteksti, joka tässä tutkielmassa on matkailu. Museonäyttelyn kieli voidaan nähdä esimerkkinä matkailussa käytetystä viestinnästä. Laajempaa viitekehystä rakennetaan tutkielmani teoriaosuudessa pohtimalla kohtaamista ja matkailuelämyksiä, esittelemällä museokääntämiseen perehtyneiden tutkijoiden näkemyksiä, sekä kertomalla kielen ja visuaalisuuden roolista museotekstissä. Esittelen turistisen katseen sekä visuaalisen lukutaidon, joista on hyötyä museon multimodaalisia suhteita analysoitaessa.

Valitsin näyttelystä yhden multimodaalisen esittelytekstin, jonka suomenkielistä kokonaisuutta luki 10 suomalaisvastaajaa ja englanninkielistä käännöstä 5 suomalais- ja 5 kansainvälistä vastaajaa. Haastattelukysymysten avulla lähdettiin selvittämään valitun museotekstin herättämiä reaktioita vastaajissa. Pyysin vastaajia myös kertomaan haastattelun aluksi ja lopuksi kolme sanaa, jotka he assosioivat tekstin visuaalisen puolen sekä kokonaisuuden kanssa. Kokemusten eriävyyttä korostavan fenomenografisen analyysin avulla vastauksista saatiin esiin niiden keskeisin sisältö, joka muodostui kokemusten piirteiden suhteina toisiinsa.

Analyysissä vahvistui se, että museon monet tekstit todella tukevat toisiaan ja että tila asettaa omat rajoitteensa käännökselle. Vastaajat tunsivat kokevansa tekstin äärellä positiivista nostalgiaa liittyen sekä kuvaan että verbaalisen tekstin piirteisiin. Teksti koettiin monissa vastauksissa joiltain piirteiltään hankalaksi ymmärtää. Kävijät kuitenkin pystyivät turvaamaan toisiinsa esimerkiksi kielitaidon osalta. Eri vastaajaryhmien välillä oli nähtävissä joitakin eroja. Sana-assosiaatioihin perustuvissa grafiikoissa erityisesti menneisyyden kauppaa esittävään mustavalkovalokuvaan liitettiin kuitenkin samansuuntaisia merkityksiä sekä suomalaisten että kansainvälisten vastaajien toimesta. Sekä suomalainen että kansainvälinen vastaaja myös havaitsi kuvan ja verbaalisen viestin välillä ristiriitaa. Kokemusten samankaltaisuus viittaa siihen, että museo oli onnistunut välittämään viestin tehokkaasti molemmille yleisöille.

Avainsanat: museokääntäminen, museo, multimodaalisuus, matkailu, kokemus

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO.....	1
2 KOKEMUKSISTA	4
2.1 Kohtaamisista	4
2.2 Tunne-elämyksistä.....	6
3 MUSEOSSA KOHDATAAN MERKITYKSIÄ.....	10
3.1 Museokääntämisestä ja kielen roolista matkailussa	10
3.2 Museokin on käänös	13
3.3 Museokävijä päättää omasta kokemuksestaan	17
4 MULTIMODAALINEN MAAILMA.....	21
4.1 Visuaalisesta lukutaidosta ja visuaalisuudesta matkailussa.....	21
4.2 Multimodaalisuus tekstissä.....	25
5 AINEISTO, MENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	31
5.1 Tapahtumapaikka	31
5.2 Aineiston kerääminen.....	33
5.3 Fenomenografinen analyysi	35
5.4 Fenomenografinen analyysi tälle aineistolle	38
5.5 Tutkimuskysymykset.....	41
6 TEKSTISTÄ KOKEMUKSEKSI	43
6.1 Kapinasta kasvuun esittelyteksti	43
6.2 Vastaajien huomioita ja kokemuksia.....	48
6.2.1 Positiivinen nostalgia	48
6.2.2 Hankala sisällissota	51
6.2.3 Vaikeaa tekstiä?.....	52
6.2.4 Erilaisia asenteita, erilaisia taustoja.....	56
6.3 Kolmen sanan grafiikoita	58
7 PÄÄTELMÄT.....	66
LÄHTEET	70

ENGLISH SUMMARY

1 JOHDANTO

Museoihin tullaan sekä omaksumaan tietoa että viihtymään. Näyttelyt koostuvat moninaisista kuvallisista ja kielellisistä viesteistä, jotka kukin kävijä kokee omalla tavallaan. Kokemus on lähtökohtaisesti multimodaalinen, eli se muodostuu eri aistien kautta ja eri merkkijärjestelmien tuottamien merkitysten kautta - tietoa omaksutaan muun muassa verbaalisessa ja visuaalisessa muodossa. Museo voidaan nähdä matkakohteena, jossa vierailevat myös kansainväliset kävijät, ja näin ollen englanninkieliset käännökset esittelyteksteistä ovat tärkeässä roolissa. Matkailu alana keskittyy paljon visuaalisuuteen (Mills 2003:85). Visuaalisuus on olennainen osa myös museokokemusta; visuaalinen erilaisuus on tärkeässä roolissa museoesineiden kiinnostavuutta ajatellessa (Sturge 2007:176).

Museo on multimodaalinen tila, jossa monet eri merkkijärjestelmät, mukaan lukien visuaaliset ja verbaaliset, toimivat yhteistyössä tuottaakseen yhteismerkityksiä. Visuaalinen on erityisen avoin merkityssysteemi, joka tarvitsee seurakseen verbaalisen viestin ankkuroimaan merkityksen (Neather 2008:221). Museokäännöksen tehtävä on ottaa huomioon nämä monimutkaiset viestien väliset suhteet ja välittää tieto käännöksen lukijoille siten, että heillä on mahdollisuus samanlaiseen kokemukseen kuin alkuperäiskielisen tekstin lukijoilla. Sitä, millaiseksi kävijöiden kokemus muodostuu, ei voida ennustaa, mutta parempaan museokokemukseen voidaan pyrkiä huomioimalla mahdollisimman monta siihen vaikuttavaa seikkaa tekstin tasolla. Tarvitsemmekin lisää tietoa koskien museokävijöiden tarpeita, myös niiden, jotka eivät puhu museon kotimaan kieltä (Neather 2005:195).

Kävijöiden mielipiteet muuttuvat koko ajan, joten niistä tarvitaan aina uutta tietoa (Sturge 2007:114). Konkreettinen tieto tekstien ja näyttelyiden vastaanottamisesta auttaa niiden kehittämisessä parempaan suuntaan. Huonosti koottu informaatio haittaa kävijäkokemusta. (Neather 2008:223) Tämä tulee erityisesti pitää mielessä silloin, kun ajateltu kävijäkunta on esimerkiksi monikulttuurinen ja viestin lähettäjän kulttuurinen tausta on eri kuin vastaanottajan. (Neather 2005:185) Kääntäjä onkin tärkeässä roolissa myös matkailu- tai museokokemuksen rakentamisessa (Hall-Lew & Lew 2014:337).

Museokääntämistä on tutkittu vielä melko vähän (Liao 2018:46; Neather 2005:181). Yksi syy tähän on se, että kääntäminen nähdään melko kapeana alana (Liao 2008:54). Käännöstieteen ei siis ole ajateltu tarjoavan paljoa lisäarvoa museokäytänteille. Museotutkimuksen ja kääntämisen tutkijoiden välisen yhteistyön kautta voitaisiin kuitenkin parantaa museoiden käytänteitä. Usein museokääntämistä tutkittaessa lähtökohtana on jokin laajempi

sosiopoliittinen konteksti, kuten matkailu. Tutkimuksessa voidaan korostaa museoiden interaktiivista puolta, jolloin kohdeyleisö tuodaan tutkimuksen keskiöön. (Liao 2018:54, 57, 51) Tässä tutkielmassa pääosassa on nimenomaan se, miten kävijät kokevat valitsemani museon esittelytekstin, ja matkailu on otettu osaksi kontekstia.

Tutkielmassani ääneen pääsevät muiden mukana museokääntämistä tutkineet käännöstieteilijät Kate Sturge (2007), Robert Neather (2005, 2008) sekä aiempaa museokääntämisen tutkimusta kokoavan artikkelin kirjoittanut Min-Hsiu Liao (2018). Sturgen tapa tarkastella museokääntämistä on nähdä koko museo tekstinä, jonka näyttelyt on koottu valikoimalla ja neuvottelemalla lähtökulttuuria kohdekulttuurille näkyväksi. Neather näkee niin ikään museon kokonaisuutena, jossa eri tekstit keskustelevat keskenään ja ovat tavallaan toistensa kielensisäisiä käännöksiä. Kääntäminen nähdään siis laajempana toimintana kuin yksittäisen kielellisen viestin siirtämisenä toiselle kielelle.

Halusin ottaa matkailualan yhdeksi näkökulmaksi tutkielmaani, sillä se tarjoaa mielenkiintoisia lähtökohtia nimenomaan kokemusten ymmärtämisen kannalta; matkailussa keskiössä on elämys, tunnepitoisen kokemuksen tuottaminen. Matkailuala myös kaipaa tietoa siitä, miten kielellä voisi vielä paremmin palvella asiakkaita. Suuressa osassa kääntämistä ja matkailua on kyse erilaisten kulttuurien kohtaamisesta, mikä on mielestäni kiehtovaa. Näissä kohtaamisissa kielellä ja näin ollen myös käännöstieteellä on suuri rooli.

Tutkielmassani aineistona toimii tamperelaisen Työväenmuseo Werstaan vaihtuvan näyttelyn *Oman liikkeen leivissä* ("Our own co-op") esittelyteksti *Kapinasta kasvuun* ("From Rebellion to Growth"), sekä erityisesti sen äärellä keräämäni haastatteluaineisto museokävijöiden kokemuksista liittyen kyseiseen tekstiin. Päättökysymykseni onkin: miten Werstaan kävijät kokevat kyseisen multimodaalisen esittelytekstin? Pyrin vastaamaan siihen, millaisia eroja on eri kävijäryhmien, suomalaisten ja kansainvälisten kävijöiden, kokemuksissa. Käsittelen myös sitä, miten kävijät kokevat tekstin nähtyään vain sen visuaalisen puolen ja miten he kokevat sen luettuaan myös tekstin verbaalisen osion. Lisäksi kirjoittamisen edetessä heräsi lisäkysymyksiä siitä, mikä kuvassa, museotekstissä tai museokokemuksessa on oleellista, voiko tietoa ylipäättään välittää täysin objektiivisesti ja kannattaako kategorioita aina lähestyä tarkkarajaisina vai voisiko ilmiöitä asettaa janoille. Jälkimmäinen kysymys nousi haastatteluaineistossa analyysityökaluna käyttämäni fenomenografiseen analyysiin perehtyessäni. Kyseisen analyysityökalun avulla pyritään kuvaamaan, analysoimaan ja ymmärtämään kokemuksia (Marton 1981:177-178).

Tutkielmani teoriaosuus pyrkii pohjustamaan aiheittani museokokemusten, museokäännösten ja museoiden multimodaalisen luonteen näkökulmista, ja se käsittää kolme lukua. Luvussa 2 lähestyn kokemuksia kohtaamisen ja tunne-elämysten näkökulmista, sillä museot voidaan nähdä kohtaamisten areenoina ja museokokemus elämyksenä. Luvussa 3 perehdyn yleisemmin aiempaan museokääntämisen tutkimukseen sekä kielen ja matkailun suhteeseen. Sen jälkeen alaluvussa ”Museokin on käännös” esittelen tarkemmin joidenkin museokääntämiseen perehtyneiden käännöstieteilijöiden näkemyksiä aiheesta – museonäyttely itsessään on käännös siitä kulttuurista, jota se kuvaa, ja museon eri tekstit ovat tämän saman käännöksen osia. Alaluvussa ”Museokävijä päättää omasta kokemuksestaan” kerron siitä, miten museokävijöiden on aiemmassa tutkimuksessa havaittu vastaanottavan museonäyttelyitä. Luvussa 4 esittelen kääntäjällekin tärkeän visuaalisen lukutaidon käsitteen sekä esimerkkinä visuaalisesta järjestyksestä turistisen katseen. Lisäksi kuvaan sitä, mitä multimodaalisuus tekstissä, myös museossa tekstinä, konkreettisesti tarkoittaa ja kuinka kuvaa tai kuvan ja sanan suhdetta esimerkiksi voidaan analysoida.

Luvussa 5 esittelen tutkielmani aineiston, menetelmän ja tutkimuskysymykset. Esittelen työväenmuseo Werstaan tapahtumapaikkana sekä sen, miten aineisto kerättiin ja millaisilla kysymyksillä vastaajia lähestyin. Esittelen myös analyysityökaluksi valitsemani fenomenografisen analyysin yleisesti sekä analyysin vaiheet ja sen, miten fenomenografinen analyysi suoritettiin tälle aineistolle kuvaten prosessia laatimani kuvion avulla. Luvun lopussa tarkennan tutkimuskysymykseni ja tutkielmani päämäärät.

Luku 6 on aineiston analyysiluku. Aluksi analysoin *Kapinasta kasvuun* -esittelytekstin sisältöä kuva- ja sanatasolla. Tämä toimii lähtökohtana analyysin sille osalle, jossa esittelen vastaajien huomiota ja kokemuksia tähän esittelytekstiin liittyen. Kokemukset hahmottuivat alaluvuiksi ”Positiivinen nostalgia”, ”Hankala sisällissota”, ”Vaikeaa tekstiä?” sekä ”Erilaisia asenteita, erilaisia taustoja”. Analyysin viimeinen alaluku ”Kolmen sanan grafiikoita” syntyi vastaajien mieliin tulleista sanoista ennen ja jälkeen tekstin lukemisen ja näiden sanojen kokoamisesta grafiikoiden muotoon.

Luvussa ”Päätelmät” kokoan yhteen tutkielmani oleellisimpia huomioita sekä teen havaintoja matkan varrelta. Pohdin myös, millainen merkitys tutkielmallani on tähän aiheeseen liittyvässä keskustelussa.

2 KOKEMUKSISTA

Matkailussa ja kääntämisessä kielet ja kulttuurit kohtaavat. Kohtaaminen voi olla silmiä avaava kokemus. Sekä kieli että kuvallisuus ovat osa tätä kokemusta. Se, millaisen tunteen jokin teksti meissä herättää, vaikuttaa siihen, millaiseksi kokemus tai ymmärrys asiasta muodostuu. Kääntäjä toimii näiden kokemusten välittäjänä. Voidaan sanoa, että ”kieli on ihmisten käytäntöjen sydämessä”, ja että ”kääntäminen on keskeistä toimintaa kokonaisessa joukossa maailmamme sosiaalisia ja ideologisia käytäntöjä”, kuten Kate Sturge kirjoittaa museoita ja kääntämistä käsittelevässä kirjassaan *Representing Others: Translation, Ethnography and the Museum* (2007:15). Kokemukseen vaikuttaa se, kuinka avoimia olemme kohtaamaan uusia asioita. Ymmärryksen siltojen rakentaminen ja yhteisesti saavutettavissa olevien merkitysten kentän kasvattaminen on tärkeää. Opimme myös itsestämme sen kautta, kun yritämme ymmärtää jotakin meille vierasta (Sturge 2007:177, 63).

2.1 Kohtaamisista

Erilaisuus kiehtoo, janoamme tietoa toiseudesta ja tämä ajaa meitä eteenpäin (Sturge 2007:175). Viehätyimme esimerkiksi siitä, mikä on esimodernia, turvallista ja kotoisaa, sillä usein omasta modernista maailmastamme puuttuvat turvallisuutta tuovat rakenteet, kuten sukupolvelta toiselle siirtyvä yhteisöllisyys (Lavia 2009:40). Pyrkimys kohti jotakin toisenlaista johtaa väistämättä kohtaamisiin erilaisuuden kanssa. Pystymme esimerkiksi opettelemaan meille entuudestaan vieraita asioita, kuten vieraita kieliä. Tässä voi olla takana ihan vain kiinnostus jotakin uutta ja eksoottista kohtaan, sama motiivi voi olla ulkomaanmatkalla. Toisaalta vieraan kielen opettelu lisää mahdollisuutta kommunikoida uuden kulttuurin kanssa. Eri kulttuureista lähtöisin olevat ihmiset kohtaavat toisiaan muun muassa matkakohteissa; museot voidaan nähdä tällaisten kohtaamisten areenoina. Niissä maantieteellisesti ja historiallisesti erilaisista taustoista tulevat ihmiset kohtaavat ja vahvistavat keskinäisiä suhteitaan (Sturge 2007:164). Museossa kielen avulla voidaan myös vahvistaa eri kieliryhmien välisiä suhteita ja lisätä yhteenkuuluvuutta heidän välillään tarjoamalla informaatiota myös vähemmistöryhmien kielillä. Näin tapahtuu usein maissa, joissa on enemmän kuin yksi virallinen kieli. (Liao 2018:56)

Kulttuurit ja kielet eroavat toisistaan monin tavoin. Oma läntinen sivilisaatiomme ei ole universaali, vaan se on paikallinen tuotos (Sturge 2007:24). On hyvä muistaa kulttuurisen relativismin ajatus, josta Franz Boas (1887) on todennut, että sivilisaatio ei ole mitään absoluuttista, vaan se on suhteellista, ja omat ideamme ja käsitteemme ovat totta vain oman

sivilisaatiomme piirissä. Kulttuurien monimuotoisuus ilmaisee erilaisia tulkintoja maailmasta. Näitä tulkintoja ei voida jakaa enemmän tai vähemmän osuviin. (Sturge 2007:17).

Artikkelissaan ”Vuorovaikutuksesta ja maailmassaolemisesta” (2007) taiteellisen tutkimuksen professori Mika Hannula kirjoittaa kolmannesta tilasta, jolla hän viittaa kohtaamiseen kahden tai useamman osapuolen välillä, tilaan, jonka osapuolet keskinäisessä vuorovaikutuksessa luovat ja joka ”kuuluu vain sen ohitse menevän hetken heille molemmille” (mts. 241). Tilasta voidaan puhua myös sosiaalisten suhteiden muodostamana avoimena alueena, jota määrittävät ihmisten väliset suhteet sekä toiminta. Esimerkiksi turistinen tila on melko samanlainen missä päin maailmaa sitten liikutaankin. (Tarssanen 2009b:26) Kielenkäyttö ja kielen variaatio ovat tärkeä osa turistikulttuurien tilojen rakentamista (Hall-Lew & Lew 2014:339). Kieli on siis mukana kohtaamisissa ja kohtaaminen voi tapahtua myös kielten välillä. Museossa tapahtuvassa kohtaamisessa, toisin sanoen vuorovaikutuksessa, ovat mukana tekstin tuottaja ja kääntäjä sekä tekstin vastaanottaja eli museokävijä. Tekstin esittämä kulttuuri on mukana, mutta vain ulkopuolisena katseen kohteena. (Sturge 2007:158, 160).

Jotta voisimme yhdessä hahmottaa maailmaa, tulee yksilöllisten kokemustemme kohdata ja altistua konflikteille ja törmäämisille (Hannula 2007:241). Kohtaaminen vaatii sen, että osapuolet pystyvät kyseenalaistamaan ja epäilemään omia lähtökohtiaan ja uskomuksiaan. Näin heillä on mahdollisuus ja valta muovata todellisuutta, joka tapahtuu juuri siinä hetkessä heidän välillään. (Hannula 2007:246-247) Kääntäjän tulee ottaa huomioon se, että hänen kulttuurinen taustansa eroaa kohdetekstin lukijoiden vastaavasta (esim. Neather 2005:185). Myös käännosten äärellä tapahtuvien kohtaamisten tulisi tapahtua keskinäisen kunnioituksen ja vastavuoroisen hyväksynnän vallitessa. Tämä toteutuu vain, jos osapuolet ymmärtävät, että kaikki kokemukset ovat lähtökohtaisesti samanarvoisia ja että niitä pitää kohdella tasavertaisesti. (Hannula 2007:241-242, 243) Mitä paremmin kääntäjä ottaa nämä eri tulkinnat huomioon, sitä laajempaa yleisöä hänen on mahdollista puhutella. Vaikka uskomukset olisivat kuinka vastakkaisia, ne voivat silti molemmat olla tosia (Sturge 2007:18). Kun kääntäjä vastaanottaa jonkin tekstin ja välittää sen eteenpäin, hän tekee kielellisiä valintoja, ja nämä valinnat vahvistavat tai vastustavat politiikassa, markkinoinnissa ja historiallisissa kuvastoissa vallitsevaa symboliikkaa (Hall-Lew & Lew 2014:339).

Todellinen kohtaaminen on neuvottelua niiden ristiriitaisten tarpeiden ja halujen välillä, joiden keskellä me jatkuvasti hahmotamme, keitä olemme, mistä tulemme ja mitä kohti haluaisimme mahdollisesti liikkua. Meidän tulee ensin kohdata itsemme ja lähiympäristömme

johdonmukaisesti, rehellisesti ja mielekkäästi, ennen kuin olemme valmiita kohtaamaan toiseutta. (Hannula 2007:248) Pelkästään tässä on tekemistä: meillä on ongelmia jopa ”oman” kulttuurimme sisällä tulkitessamme muiden tekoja ja puheita, emmekä pysty tarkkailemaan toistemme mielentiloja (Sturge 2007:19).

Hannula (2007:243-244) kirjoittaa, että kokemukset ovat niin yksilöllisiä tapahtumia, etteivät ne ole suoraan käännettävissä, mutta tämä ei tarkoita sitä, että kommunikointi ja vuorovaikutus osapuolten välillä olisi täysin mahdotonta. Sturgenkin (2007:34) mukaan käännös on luonteeltaan väite siitä, että kulttuureissa on ainakin jonkin verran samankaltaisuutta. Kulttuuri määrittelee sen, mitä näemme (mts. 18). Kokemusten eroavaisuus perustuu taustojen, arvomaailmojen ja maailmankatsomusten poikkeavuuteen, mutta myös hetkeen liittyviin sattumiin, kuten sen hetken mielenkiintoon tai väsymystilaan. Kokemusten välissä on Hannulan mukaan aina kielellinen este eri kielten tai kielten käytötapojen välillä. Tämän perusteella hän esittää, ettei kääntäminen ole toistoa, se on tulkintaa. Kokemus ei siis koskaan käänny täydellisesti; tärkeää on, että sille löytyy kuuntelija, ja että asia artikuloidaan siten, että se olisi mahdollisesti ymmärrettävissä ja lähestyttävissä. Kokemukset ja niiden käännökset pyrkivät hahmottamaan tapoja olla maailmassa, vuorovaikutuksessa ja kommunikaatiosuhteessa. Kyse on siitä, miten erilaisuudet keskustelevalle keskenään. (Hannula 2007:245).

2.2 Tunne-elämyksistä

Museot ovat osa kulttuurimatkailua ja houkuttelevat näin turisteja. Nykyään museoiden on todistettava taloudellinen ja kulttuurinen arvonsa; niiden tulisi olla tuottavia useiden eri kanavien kautta. (Liao 2018:54, 46) Tässä auttaa museokokemuksen parantaminen, ja matkailun elämysteollisuudesta voidaan ottaa oppia. Sen lisäksi, että erilaisuudesta janotaan tietoa, haluavat museokävijät myös kokea tunteita (Guillot 2014:79). Museossa kulttuurisen ymmärryksen lisääntymisen ohella näyttelyt voivat ikään kuin pysäyttää katsojan ihmeen äärelle ja herättää hänessä tunteen ainutlaatuisuudesta (Sturge 2007:165).

Matkailussa elämyksiä tuottaessa tunteilla on suuri rooli. Varsinainen ”elämys” syntyy emotionaalisella tasolla (Tarssanen & Kylänen 2009:11). Matkailuelämys on merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, johon usein liittyy tunne itsensä ylittämisestä (Tarssanen 2009a:6). Elämys syntyy kokemuksen aikana (Tarssanen & Kylänen 2009:9). Elämys syntyy, kun matkailija kokee positiivisen tunnereaktion, jotain, minkä hän kokee merkitykselliseksi (iloa, riemua, onnellisuutta, liikutusta) (mts. 9, 16). Tunne tai tunteesta

irtautuminen ohjaa valintojamme, usein etsimme jonkinlaista uutta tunne-elämystä tai sitten pyrimme eroon vaikkapa arjen tylsyydestä. Monet matkailijat etsivät utopiaa - paikkaa, jonne eivät surut ja murheet yllä (Lavia 2009:43).

Vaikka kokemusmaailmamme ovat erilaisia, on tunteiden perusta yleisinhimillinen. Tunteet saavat meidät toimimaan tarkoituksenmukaisesti suhteessa ympäröivään maailmaan. (Hannukkala ym. 2017:28) Tunteilla voi kuitenkin olla eri kulttuureissa erilaisia kategorioita, ja niillä on muuttuvia rooleja ihmisten tunnemaailmoissa. Esimerkiksi mikronesialaisen ifaluk-kansan kielessä on termi *fago*, joka voi viitata niin rakkauteen, empatiaan kuin suruunkin. Sturgen mukaan asiaa tutkinut Catherine Lutz (1988) kuitenkin uskoo, että ihmiskunnalla on tarpeeksi yhteistä, jotta tunteen kääntäminen kulttuurista toiseen on mahdollista. (Sturge 2007:22-23) Näin ollen museonäyttelylläkin on periaatteessa mahdollisuus herättää sekä kotimaisessa että kansainvälisessä yleisössä samansuuntainen vahva tunnereaktio.

Tunteet voidaan jakaa vahvistaviin ja haastaviin tunteisiin (Hannukkala ym., 2017:37, 41). Esimerkki vahvistavasta tunteesta on ilo, johon voidaan lukea esimerkiksi mielihyvän, huvittuneisuuden, pirteyden, riehakkuuden, tyytyväisyyden tai euforian kokeminen. Haastavia tunteita taas ovat ahdistus, kateus, pelko, suru, syyllisyys ja viha. (mts. 37, 41-50). Tunne myös ohjaa tulkintaa. Tunteet antavat tietoa siitä, mikä on innostavaa, vastenmielistä, surullista ja lannistavaa, tärkeää tai vähemmän tärkeää. Tunteiden myötä ihminen saa vaikutelmia ja tekee välittömiä tulkintoja toisista ihmisistä ja ympäristöstään. Tunteet voivat ottaa ratkaisevan roolin ja saada reagoimaan välittömästi ja äkkipikaisesti, seurauksia pohtimatta. (Hannukkala ym. 2017:28)

Kulttuurisissa mielikuvissa on paljon tiedostamatonta, jolloin reaktiot syntyvät tunnepohjalta. Kuvallisissa medioissa pelataan tunteiden merkkikielellä. (Hietala 2007:18, 22) Tietty kuva voi herättää vahvan reaktion tunnetasolla, mikä vaikuttaa kokonaismielikuvan muodostumiseen. Negatiivisen tunteen tai ajattelumallin tunnistaminen ja kohtaaminen sekä sen ymmärtäminen, mistä se konkreettisesti johtuu, auttaa sen purkamisessa. (Hannukkala ym. 2007:41-42) Tutkimalla tekstin kokijassa herättämiä negatiivisia reaktioita voidaan käännöskäytänteitä kehittää edelleen suuntaan, jossa tekstejä olisi mahdollisimman helppo vastaanottaa.

Myös yhteisöllisyyden kokemus on tunne – tunne siitä, että olemme osa tätä porukkaa ja koemme tämän yhdessä. Tätä tunnetta vahvistaa onnistunut kommunikaatio matkailutuotteen ja asiakkaan välillä. (Tarssanen & Kylänen 2009:14) Onnistunutta kommunikaatiota on esimerkiksi se, että museoteksti on käännetty kielelle, jota kävijä ymmärtää. Tämä lisää osallisuuden tunnetta ja samalla konkreettisesti osallisuutta tarjolla olevaan informaatioon. (Liao 2018:56) On myös tärkeää, että matkailuteksteissä käytetään ymmärrettävää ja tarkoituksenmukaista kieltä ja kerrotaan kiinnostavia tarinoita (Tarssanen & Kylänen 2009:13). Hyvä tarina vaikuttaa tunnetasolla, jolloin asiakas (tai lukija) kokee osallisuutta ja kokee tuotteen älyllisellä ja emotionaalisella tasolla (Tarssanen & Kylänen 2009:13). Tarinoiden avulla selitetään maailmaa ja jäsenellään erilaisuutta (Lavia 2009:40). Älyllisellä tasolla prosessoimme ympäristön aistiärsyksiä ja opimme asioita sekä muodostamme mielipiteitä. Älyllisellä tasolla hyvä tuote tarjoaa oppimiskokemuksen ja mahdollisuuden kehittyä. Henkiselä tasolla positiivinen ja voimakas tunnereaktio saattaa johtaa henkilökohtaiseen muutokokemukseen, jolloin yksilö kokee kehittyneensä ihmisenä. (Tarssanen & Kylänen 2009:16)

Yksilöiden tunnereaktioita on vaikea ennustaa ja hallita. (Tarssanen & Kylänen 2009:16) Tunteet voivat johtaa virhetulkintoihin ja ohjata harhaan. (Hannukkala ym. 2017:28) Emme siis voi hallita sitä, kuinka kävijät kokevat jonkin tekstin. Kokija määrittää itse oman elämyskokemuksensa, mutta siihen vaikuttavat sekä vuorovaikutustilanne kokijan ja palveluntarjoajan välillä että kokijan taustatekijät, kuten se, mistä kulttuurista hän tulee ja mihin hän on tottunut arkielämässään. Elämys on viimekädessä henkilökohtainen, subjektiivinen kokemus, eikä matkailuelämystäkään voida varmuudella taata. (Tarssanen & Kylänen 2009:10) Kokemukseen voidaan kuitenkin vaikuttaa huomioimalla mahdollisimman monta siihen vaikuttavaa asiaa. Jos älyllinen, fyysinen (sitä että kokeminen tehdään miellyttäväksi ja turvalliseksi) ja motivaation (jossa herätetään kokijan mielenkiinto) taso on otettu huomioon, on todennäköistä, että henkilö kokee positiivisen tunnereaktion. (Tarssanen & Kylänen 2009:16) Useampikielisten museotekstien tapauksessa on ongelmana se, että yleisöt ovat erityisen moninaisia eivätkä eri kulttuureista tulevat henkilöt välttämättä motivoitu samoista asioista tai ylipäättään koe tekstejä siten, kuin lähtökulttuurissa yleensä on tapana.

Kokemus epäoikeudenmukaisuudesta synnyttää haastavaa epäluottamuksen tunnetta (Hannukkala ym. 2017:38). Näin voi käydä esimerkiksi silloin, kun kohdeteksti näyttää

vievän esittelytekstistä huomattavasti vähemmän tilaa kuin lähtökielinen teksti (esim. Neather 2008). Tällöin kävijä kokee jäävänsä jostakin ulkopuoliseksi (Neather 2005:191). Luottamus liittyy myös aitouden kokemiseen – luotamme siihen, että kyseessä on ”the real thing”. Aitous on myös eettinen kestävyys, joka saavutetaan sillä, että matkailussa (ja museoissakin) representoituja kulttuureja ei loukata ja että esitetty on todella olemassa olevaa ja todellista elämäntapaa ja kulttuuria (Tarssanen & Kylänen 2009:12-13). Museo instituutiona kantaa objektiivisuuden auras (Sturge 2007:130). Se koetaan luotettavana tiedonlähteenä. Lopulta aitous riippuu siitä, koetaanko jokin asia uskottavana ja aitona. Ei ole olemassa universaalia aitoa ja oikeaa, vaan aina on kyse jostakin näkökulmasta (Tarssanen & Kylänen 2009:12-13). Ihmisten erilaiset tulkinnat todellisuudesta, kuten vaikka museonäyttelystä, voivat aiheuttaa epäluottamusta yhteisössä (Hannukkala ym. 2017:38).

Kääntäjän on otettava tulkinnoissaan huomioon vastaanottajien mahdolliset tunnereaktiot sekä ne tavat, joilla teksti tehdään mahdollisimman helposti kohdattavaksi tarkoituksenmukaisella tavalla. Tarvitaan tietoa siitä, miten vastaanottajat reagoivat erilaisiin merkityksenmuodostamistapoihin. Kaikkia tulevia kokemuksia ei pystytä mitenkään ottamaan huomioon, mutta yleisimmät sudenkuopat voidaan välttää. Museosta voidaan luoda paikka, jossa todellinen kohtaaminen on mahdollista. Yksi museoiden rooleista on auttaa kansainvälistä vierasta ymmärtämään enemmän kohdemaan kulttuurista, ja kun museotekstit on käännetty muillekin kielille, on kansainvälisen turistinkin helpompi astua sisään (Liao 2018:54).

3 MUSEOSSA KOHDATAAN MERKITYKSIÄ

Museo voidaan nähdä matkailualan piiriin kuuluvana kohteena, ja kieli on tärkeä osa museokokemusta ja näin ollen myös museossa syntyvää matkailuelämystä. Itse asiassa museonäyttely kokonaisuudessaan on käännös, jonka merkityksiä kävijä ottaa vastaan omista lähtökohdistaan käsin.

3.1 Museokääntämisestä ja kielen roolista matkailussa

ICOM , The International Council of Museums, määrittelee museon seuraavasti, edustaen museoalan ammattilaisten näkökulmaa: Museo on voittoa tuottamaton, pysyvä instituutio, joka palvelee yhteiskuntaa ja auttaa sen kehittämisessä. Se on yleisölle avoin ja kerää, säilyttää, tutkii, kommunikoi ja esittelee ihmiskunnan ja sitä ympäröivän maailman aineellista ja aineetonta perintöä koulutuksen, tutkimuksen ja viihteen tarkoituksiin. (ICOM 2007; Liao 2018:46 [oma käännös]) On kuitenkin myös mielipiteitä, joiden mukaan museokin saa tuottaa voittoa, kirjoittaa museokääntämiseen perehtynyt käännöstieteilijä Min-Hsiu Liao (2018:46). Museoiden voidaan nähdä kuuluvan luovan teollisuuden alaan, ja tämä ala nähdään nykyään tärkeänä taloudellisen kasvun kannalta ympäri maailmaa (Liao 2018:45).

Liao (2018:54-55) näkee kuitenkin, että suurempi yhteistyö museotutkimuksen ja kääntämisen tutkijoiden välillä voisi tuottaa lisäarvoa museoiden käytänteille. Hän lisää, että museoiden piirissä tehtävällä käännösten tutkimuksella voi olla laajemminkin annettavaa matkailualan käännöksille. Kääntämisen tutkimus museoissa liittyy usein laajempaan sosiopoliittiseen kontekstiin, se kytetään esimerkiksi juuri matkailuun (mts. 57). Museoiden tekstejä tutkittaessa on hyödyllistä tarkkailla myös matkailun ja kielen suhdetta, sillä ainakin kansainvälisten museokävijöiden kohdalla on kyse myös matkailukohteesta. Kun museot nähdään matkailunähtävyyksinä, niiden voidaan nähdä olevan myös taloudellisesti tärkeitä. (Mts. 54)

Liao (2018:48) esittelee aiemman museokääntämisen tutkimuksen perusteella kehittelemänsä viisi museokääntämisen funktiota: informatiivinen (”informative”), jossa keskitytään informaation välittämiseen, eli esimerkiksi siihen, paljonko lähtötekstistä on välitetty kohdetekstissä; interaktiivinen (”interactive”), jossa tekstin koetaan olevan vuorovaikutuksessa kohdeyleisön kanssa jolloin teksti pyrkii tekemään heidän olonsa tervetulleeksi ja osalliseksi, vähentäen etäisyyttä näyttelyn ja käännöksen lukijan välillä; poliittinen (”political”), jossa kääntäminen nähdään ideologisena työkaluna: mitä

museoinstituutio haluaa kääntää? Sosiaalista yhteenkuuluvuutta (”social-inclusive”) lisäävän funktion piirissä pohditaan muun muassa sitä, että useampi kieli takaa informaation olevan tarjolla myös marginaalisemmille ryhmille. Lisäksi Liao esittää vielä näyttelyllisen funktion (”exhibitive”), jossa käännökset voivat sinänsä olla museonäyttelyn aihe, ”esine”.

Liaon (2018:49) mukaan informatiivisesta funktiosta käsin on tutkittu muun muassa erikoistunutta terminologiaa (Gill 1994), käännösten laatua (Jiang 2010) sekä kulttuurille erityisten esineiden haasteita (Wang & Tong 2014). Tutkimuksissa, jotka on tehty interaktiivisesta näkökulmasta käsin, kohdeyleisö on tuotu tutkimuksen keskiöön. Näissä tutkimuksissa museo nähdään usein matkailunähtävyytenä, jolloin museo on palveluntuottaja, kävijät asiakkaita ja käännöstä tutkitaan kommunikaation helpottajana heidän välillään (esimerkiksi Cranmer, 2013). (Liao 2018:51,50) Liao kertoo Hoggin, Liaon ja O’Gormanin (2014) tutkimuksesta, jossa käännösten muutokset liittyen kirjoittajan ja lukijan väliseen vuorovaikutukseen voitiin selittää sillä, että museoiden sosiaalinen rooli koettiin erilaisena eri kulttuureissa. Hän kertoo myös omasta aiemmasta tutkimuksestaan (2015), jossa interaktiivisuus ts. vuorovaikutus tapahtuu museossa mm objektien, tuottajien ja kävijöiden välillä, ja jossa muun muassa yhdistettiin kuvien analyysia kävijöiden kommentteihin. Kaikkien keskenään vuorovaikutuksessa olevien osatekijöiden koettiin osallistuvan näyttelyn rakentumiseen. (Liao 2018:50, 51) Oma tutkielmani käyttäytyy interaktiiviseen funktioon pohjaavan tutkimuksen tavoin tuodessaan museokävijät kokijoina keskiöön ja yhdistäessään eri merkkijärjestelmien (visuaalinen ja verbaalinen) välisen vuorovaikutuksen tähän kokemukseen museokontekstissa unohtamatta laajempaa matkailuun liittyvää kontekstia.

Pohdittaessa museokääntämistä matkailun kontekstissa on hyödyllistä perehtyä hieman myös kielen ja matkailun väliseen suhteeseen. Sociolinguistit ovat tutkineet matkailun ja kielen suhdetta, muun muassa Hall-Lew & Lew artikkelissaan *Speaking Heritage: Language, Identity, and Tourism* (2014). Sociolinguistiikka on tieteenala, joka tutkii kielen ja yhteiskunnan välistä suhdetta. Hall-Lew’n ja Lew’n mukaan kielen roolin ymmärtäminen kansainvälisissä turistikohdeissa on erittäin tärkeää, kun mietimme sitä, kuinka kohteet markkinoivat itseään ja kuinka isännät ja vieraat yhteistyössä luovat turisticia tiloja ja kokemuksia. Heidän näkökulmastaan parempi ymmärrys siitä, että kieli on oleellinen osa turismiteollisuutta, samaten kuin paikkojen rakentumista ylittäänsä, luo mahdollisuuksia uusille tieteidenvälisille näkökulmille ihmisten kokemuksiin. (Mts. 344)

Matkailualalla ajatellaan, että kohteesta tulee paikka, kun se eletään ja koetaan, ja siihen liitetään henkilökohtaisia merkityksiä (Tarssanen 2009b:27). Kieli ja tekstit ovat osa tätä merkitysten muodostumista. Paikkaa representoidaan turismissa monien kielellisten ja multimodaalisten käytäntöjen kautta (Hall-Lew & Lew 2014:341). Kieltä puhuvat yksilöt käyttävät kielellistä tietotaitoaan kulttuurisena pääomana luodakseen merkityksellisempiä turistikokemuksia. Jotkin kielen piirteet voivat säilyä käytössä vain siksi, että niillä on merkitystä nostalgisessa, viehättävän kummallisessa tai eksoottisessa mielessä, josta turistit ja joskus paikallisetkin nauttivat. Kuten muutkin perinteeseen liittyvät resurssit, kielelliset variantit ovat kulttuurisen identiteetin ja paikkamielikuvien peruspalikoita. Ne ovat ikonisia yhteisen identiteetin osasia, ja juurtuneita historiaan. Näitä tosiasioita tosin myös kyseenalaistetaan ja niistä neuvotellaan jatkuvasti. (Mts. 339-340, 344)

Matkailussa sillä, kuinka sujuvasti palveluntarjoaja pystyy kommunikoimaan turistien kanssa, voi olla suora taloudellinen vaikutus (Hall-Lew & Lew 2014:336). Lew ja Hall-Lew ovatkin sitä mieltä, että kääntäjät tulisi ottaa osaksi vuorovaikutusta. Kasvava tarve käännöstaidoille ja -palveluille on huomioonotettavimpia globaaliin turismiin vaikuttavia seikkoja, kun puhumme kielestä. Paikallisten ammattilaisten osuus kulttuurisina välittäjinä korostuu kohteissa, joissa kielellinen etäisyys isäntien ja turistien välillä kasvaa paikallisten merkkien tai symboleiden erotessa turisteille tutuista. (Mts. 337). Keskeistä on se, miten vieras kohdataan ja miten häntä esimerkiksi puhutellaan (Tarssanen & Kylänen 2009: 9). Matkailuteollisuuden yksi kantavista ajatuksista on tehdä matkustaminen mahdollisimman helpoksi ja vaivattomaksi, niin että erilaisuuden kohtaaminen on mukavaa ja miellyttävää; liiallinen erilaisuus voi olla hämmentävää tai pelottavaakin, ja vieraalla kielellä puhuminen voi olla ahdistavaa (Tarssanen 2009b:24). Tästä voidaan päätellä, että myös tekstien tulisi olla helppoja ymmärtää.

Kansainvälinen turismi usein pakottaa ihmiset kohtaamaan vierautta, ja kielishokki saattaa kasvattaa kulttuurishokkia. Eräässä tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että turistit, jotka ovat erityisen kiinnostuneita kokemaan paikallista kulttuuria, ovat mieluummin tekemisissä paikallisen kielimuodon puhujien kanssa kuin oman kielialueensa puhujien kanssa jopa sillä uhalla, että väärinymmärryksiä tapahtuu. Kielen erilaiset muodot siis saavuttavat merkitystä ja arvoa turistien odotusten ja tarpeiden täyttäjinä. (Hall-Lew & Lew 2014:343). Museokävijä esimerkiksi odottaa näyttelyltä tietynlaista kieltä, ja odotusten pettäminen voi johtaa siihen, että kokemuksen vire muuttuu negatiiviseksi. Kävijän odotukset voivat kuitenkin jo valmiiksi

olla sen suuntaisia, että he tiedostavat joutuvansa jonkin verran haastaviin tilanteisiin myös kielellisesti.

Hall-Lew ja Lew kirjoittavat, että kieli voi saada arvoa “kulutustavarana” osittain autenttisuuden ja legitimitetin kautta: kieli on kiinteä osa nykyisten paikallisyhteisöjen jäsenten identiteettejä, joita turisti pääsee lähemmäs kielen avulla. He jatkavat, että usein kielelliset muodot (sanat, lauseet, aksentit), jotka yhdistetään nationalismia tai muita poliittisia pyrkimyksiä sisältäviin kulttuuripiirteisiin, nähdään erityisen autenttisina. (Mts. 338) Hall-Lew ja Lew (2014:342) ovat sitä mieltä, että sen sijaan, että ajateltaisiin autenttisen kielen olevan jotakin vanhaa ja eksoottista (siis turistien mieleen), olisi hyvä keskittyä sen nykyiseen käyttöön ja käyttötilanteisiin.

Matkailualan käännökset voidaan kuitenkin nähdä heikkolaatuisina ja niiden tarkoitus lähinnä olla osana tehokasta markkinointia, kuten Patrizia Pierini (2007) artikkelissaan kuvaa. Hän mainitsee käännöstekstin laadun varmistamiseksi adekvaattisuuden eli ekvivalenssin, joka tarkoittaa sitä, että käännös noudattaa tulokielen normeja ja siinä on otettu huomioon käännöksen lukijoiden tarpeet ja odotukset (tieteen termipankki a).

Min-Hsiu Liao (2018:54-55) raportoi projektista nimeltä Museums and Galleries and the International Visitor Experience (MGIVE), joka tutki sitä, kuinka museot voisivat paremmin kommunikoida kävijöiden kanssa. Siinä päädyttiin seuraaviin parannusehdotuksiin koskien kaksikielisiä museotekstejä: on palkattava tarpeeksi päteviä, kulttuurista paljon tietäviä asiantuntijoita käännösprojekteille; teksteistä voisi tuottaa sekä version kotimaiselle yleisölle että version kansainväliselle yleisölle, joista jälkimmäisessä auttaisi monikulttuurisen viestinnän asiantuntija; tai sitten tuotetaan yksi englanninkielinen, helposti ymmärrettävä versio kaikille kävijöille, jossa auttaisivat kieltenopettajat. Teksti voidaan siis internationalisoida eli tehdä siitä versio, joka ei ole sidoksissa mihinkään tiettyyn kulttuuriin, mikä helpottaa kyseisen tekstin lokalisointia (eli muokkaamista muille kielille ja kulttuureille). Tärkeää on muun muassa huolellisuus sen suhteen, ettei teksti loukkaa minkään kulttuurin edustajia tai välitä vahingossa merkityksiä, joita tekstin laatijat eivät tarkoittaneet välittää.

3.2 Museokin on käännös

Tässä alaluvussa perehdyn tarkemmin muun muassa Kate Sturgen (2007) sekä Robert Neatherin (2005) näkemyksiin, joissa museo esitetään tekstinkaltaisena kokonaisuutena. Eri

tutkijoilla on omat tapansa jäsenellä vuorovaikutusta museoissa. Kate Sturge (2007) käsittelee museoita kulttuurisina käännöksinä; ne esittävät kulttuuria käyttäen näyttelyesineitä (tai kuvia) merkitysten välittäjinä. Näyttelyesineet ovat peräisin jostakin maailmasta, ja niistä on tullut museossa osa uutta merkitysten ja tulkintojen verkkoa (Sturge 2007:131). Näiden merkitysten ja tulkintojen kautta museot pyrkivät tarjoamaan kävijälle helposti tavoitettavissa olevan kuvan esimerkiksi menneisyydestä (Mills 2003:75). Kääntäminen nähdään yhden kulttuurin konseptien, olosuhteiden ja kokemusten tekemisenä ymmärrettäviksi toiselle kulttuurille (Guillot 2014:75). Museonkaltaisten instituutioiden rooli kulttuurisen identiteetin rakentamisessa ja esittelemisessä on tärkeä. Niissä on esillä sekä kertomus kulttuurisesta menneisyydestä että reflektio siitä, kuinka kyseinen kulttuuri nykyään näkee itsensä. (Neather 2005:180)

Museoita lähestytään tekstinkaltaisina kokonaisuuksina yhä enemmän museotutkimuksessa. Kun museoita tutkitaan käännöksinä, kysytään, kuinka ne itse toimivat maailmassa tekstinkaltaisina kokonaisuuksina ja kuinka ne vaikuttavat kulttuureihin, joista kertovat. (Sturge 2007:130, 129). Jotta näyttely olisi eettisesti kestävä ja siten loisi myös luottamuksen ja aitouden kokemuksia, tulee kulttuureista kertoa kyseisten kulttuurien hyväksymällä tavalla (Tarssanen & Kylänen 2009:12-13).

Museossa objektien väliset suhteet eli se, miten ne on järjestelty, välittää tiettyä tulkintaa. Yksittäisen esineen sijainti suhteessa muihin vaikuttaa sen tulkintaan. (Neather 2008:219, 223) Tämän voidaan ajatella olevan eräänlainen kieli. Esineet kerrotaan siis uudelleen näyttelyn kielellä, uudella koodilla, joka voi jättää näkyviin aiemmat merkitykset vain vähäisessä määrin. Esineet ovat tyypillisiä tai metonymisiä, ja ne viittaavat paljon suurempaan, edeltävään todellisuuteen - ja pyrkivät toimimaan todisteina tästä todellisuudesta. Näyttelyesineet ovat jatkuvassa liikkeessä ja avoinna uusille tulkinnoille siinä missä sanojenkin merkitykset muuttuvat ajan ja kohtaamisten myötä. Vaikka ne saattavat vaikuttaa elottomilta, ne itse asiassa ovat olemassa osana ihmisten välistä kanssakäymistä, mukaan lukien ne kohtaamiset, joiden kautta ne päätyivät museoon. (Sturge 2007:132)

Kun faktoja asetellaan käsiteltävissä oleviin kategorioihin, alistetaan lähtötekstin merkityssysteemit kohdetekstin tavoille muodostaa merkityksiä samalla tavoin kuin kotouttavassa kirjallisessa kääntämisessä. Koska kääntäminen sisältää aina jonkinlaista valikointia, voidaan ehkä kaikki kääntäminen nähdä toisten ihmisten todellisuuksien editointina vastaanottavalle kulttuurille. Merkitysten joukko on liian laaja, jotta se voitaisiin

perusteellisesti esittää toiselle kulttuurille. Kääntäjien täytyykin suosia joitakin merkityksiä toisten kustannuksella. Silloin jotkut lähtötekstin aspektit edustavat sen kokonaisuutta metonymisesti. (Sturge 2007:161, 79, 81).

Kokemuksia ja faktoja valitaan, kootaan, erotetaan alkuperäisistä tilapäisistä asiayhteyksistään ja niille annetaan pysyvää arvoa uudessa kontekstissaan monin eri tavoin. Museot rakentavat tiloja merkityksille, joissa toisista kulttuureista tehdään museokävijälle ymmärrettäviä. Ihmisten elämät suodattuvat esitettyyn muotoon muun muassa museoinstituution ja ympäröivän yhteiskunnan läpi. (Sturge 2007:129) Valtavirran normit koskien akateemista tietoa ohjaavat museoiden toimintaa. Ei kuitenkaan riitä, että museot esittävät asiat itsestäänselvyyksinä, vaan niiden tulisi tuoda esiin näyttelyiden taustalta löytyvä (valikointi ja) väittely. Näyttelyssä voidaan tuoda esiin sen kokoamisprosessi, jolloin tehdään näkyväksi myös taustalla vellova akateeminen väittely ja mielikuvituksen käyttö ja se, että kaikki tulkinnat ovat vajavaisia. Merkitysten vaihtelevaa luonnetta voidaan korostaa esimerkiksi esittämällä erilaisia kuvia eri aikakausilta samassa näyttelyssä, miksei myös esimerkiksi eri tahojen ottamia valokuvia samasta asiasta. Tällä tavoin näkökulmien monimuotoisuutta ei sivuuteta, vaan siitä tulee osa kävijöille tarjottavaa kiehtovaa kokonaisuutta. (Mills 2003:79, 86-87)

Museoinstituutio osallistuu äänen antamiseen kokoelmilleen, sen institutionaalinen ja poliittinen konteksti antaa esineille merkityksen ja kasvatuksellisen arvon ikkunana maailmaan. Näyttelyiden muodostamisen takana on tietynlaisia ideologisia perspektiivejä, ja ne on kirjoitettu ja niitä ajatellaan luettavan tiettyjen tulkitsevien yhteisöjen toimesta. (Sturge 2007:158, 130) Museoissa ja perintökohteissa tasapaino korkea- ja massakulttuurin välillä täytyy jatkuvasti neuvotella uudelleen, sillä näissä tiloissa sivistys kohtaa massayhteiskunnan (Mills 2003:76). On yleistä, että museotekstit syntetisoivat kuraattorien näkökulmia neutraalilta kuulostaviksi, persoonattomiksi ja anonyymeiksi kommenteiksi. Museo on tekstin institutionaalinen tuottaja, jonka alaisuudessa yksittäiset tekijät toimivat. Kääntäjän näkymättömyys tekstissä korostaa tieteen ääntä, ”voice of science”, joka on institutionaalista valtaa omaava puhujapositio. Näin yleisölle välitettävä viesti vahvistuu. On myös yleistä, ettei näyttelyssä olevan objektin kerääjää tai kuvan ottajaa esitetä yksilönä, vaan kulttuurisena ryhmänä. (Sturge 2007:159-161).

Vaikeudet kommunikaatiossa nousevat epätasa-arvoisuuksista. Sturge (2007) ehdottaa kokonaisuuksien esittämistä siten, että lukijaa ohjataan pitämään mielessään moninaiset

hetkellisyyden ja välittyneisyyden perspektiivit, kun hän lukee käännöstä eli näyttelyn kieltä. Hän toteaa myös, että refleksiivisyys eli oman vaikutuksen ymmärtäminen vuorovaikutuksessa tuottaa läheisyyden kokemuksia ”itsen” ja ”toisen” välillä. Lähtökulttuuri (tai käsitys siitä) muuttuu, ja sen myötä myös käännösmetodi tulisi valita sen hetken tilanteen mukaan. Vastaanottajien muuttuva maku vaatii uusia käännösversioita, vaikka muuten kääntämisen intentio pysyisi samana. (Mts. 98, 99, 88, 114, 122)

Kuten Sturge, myös kiinalaisiin museoihin sekä viiden verbaalis-visuaalisiin merkityksenmuodostusstrategioihin perehtynyt käännöstieteilijä Robert Neather (2005:181) kehottaa lukemaan näyttelyä tekstinä, jossa eri semioottiset järjestelmät yhteistyössä tuottavat merkityksiä. Hän kertoo, että museossa merkitykset muodostuvat sekä intrasemioottisella että intersemioottisella tasolla, joista ensimmäisessä on kyse saman merkkijärjestelmän sisäisestä vuorovaikutuksesta (esimerkiksi visuaalinen keskustelee visuaalisen kanssa) ja jälkimmäisessä eri merkkijärjestelmien välisestä vuorovaikutuksesta (esimerkiksi visuaalinen keskustelee verbaalisen kanssa). Kun koko museo nähdään käännöksenä, ovat siellä esiintyvät eri tekstit tämän käännöksen osasia. Eri tekstit tarjoavat eri näkökulmia, joista käsin kävijät muodostavat merkityksiä. Esittäessään samaa informaatiota eri näkökulmista tekstit ovat toistensa kielensisäisiä käännöksiä. (Mts. 182-183)

Museossa voidaan nähdä monia eri kategorioita eli tekstilajeja erilaisille tekstityypeille; esimerkiksi otsikot, esittelytekstit ja esittelylehtiset (Neather 2005:182-183). Näistä toiset voidaan nähdä hierarkkisesti tärkeämpinä kuin toiset (mts. 182). Eri tekstit hierarkiassa vaikuttavat toinen toisiinsa, mikä voi saada monia muotoja. Esimerkkejä tästä ovat yksinkertaistaminen, jolloin toinen teksti tiivistää pidemmän, sekä täydentäminen, jolloin jokin teksti jatkaa toisen kertomasta aiheesta syvällisemmin (Neather 2008:220). Myös kääntäjän on tärkeä ymmärtää, millainen informaatio kuuluu mihinkin tekstiin ja miten eri tekstit ovat vuorovaikutuksessa keskenään (Neather 2005:183). Teksteillä on omanlaisensa tehtävät, joiden yhteisenä pyrkimyksenä on kommunikoida tehokkaasti. Neather mainitsee esimerkiksi kategoriat ”identity tag”, jonka tehtävä on vain nimetä esineet, sekä pidempi esittelyteksti, joka tarjoaa laajempaan tulkintaan tarvittavan informaation. (Mts. 186-187) Näistä museon eri tekstilajeista on olemassa monia erilaisia typologioita (mts. 182-183). Tästä voi päätellä, että tekstilajit eivät ole tarkkarajaisia vaan niitä voi tulkita usein tavoin. Vaikka tekstit laskettaisiin samaan tekstilajiin, niissä voi silti olla paljon eroavaisuuksia, mikä vaikeuttaa tekstilajin määrittelyä (mts. 187).

Kunkin tekstin on toimittava tehokkaasti intersemioottisella tasolla muiden museon tekstien kanssa. Kaksikielisen esittelytekstin tapauksessa myös museossa tarjolla oleva tila on neuvoteltava siten, että kävijän mahdollisuus saada tietoa ei vaarannu, ja että näyttää siltä, että kukin yleisö otetaan yhtäläillä huomioon. Tämä kaikki täytyy huomioida jo lähtötekstiä laadittaessa. (Neather 2005:194) Hierarkkisten tekstien lisäksi on otettava huomioon museon multimodaalinen luonne, josta lisää luvussa 4.

3.3 Museokävijä päättää omasta kokemuksestaan

Useat tutkijat ovat sitä mieltä, että museokävijää ei tulisi nähdä tiedon passiivisena vastaanottajana vaan tietoisena merkitysten rakentajana (Neather 2005:184). Vastaanottajien reaktioita ei voi kontrolloida. Toivottu suhde näyttelyn ja kävijöiden välillä voi muun muassa olla ristiriidassa kävijöiden motivaation kanssa, ja ristiriita näyttelyn kokoajien tavoitteiden ja kävijöiden kokemusten välillä ulottuu teksteihin (Guillot 2014:90). Jos tekstit ovat kävijöiden oletusten vastaisia, saattaa se aiheuttaa ristiriitaa motivaation eli sen syyn, miksi museoon tullaan, ja todellisen kokemuksen välillä. Kasvava tutkimus koskien vierailijoita osoittaa, että kuraattoreiden intentioilla saattaa olla vain hyvin vähän ennustettavissa oleva yhteys siihen, kuinka vierailijat itse asiassa hyödyntävät näyttelyitä (Sturge 2007:133). Sen sijaan, että kävijät saapuisivat museoon omaksumaan tietoa, esineet saattavat herättää keskustelua kävijöiden omista arvoista ja perhehistoriasta (mts. 134). Museokävijän motiivina voi myös olla iloinen kansallishengen nostatus (Mills 2003:85). Kävijöiden käytös on siinäkin mielessä arvaamatonta, ettei heidän museokokemuksensa tavallisesti ole lineaarinen eli esineitä ei välttämättä lähestytä järjestyksessä. Tämä voi johtaa laajempien teemojen ja viestien häipymiseen huonosti määriteltyyn hajanaisten faktojen ja puoliymmärrysten yhdistelmään. (Neather 2008:221) Se, missä järjestyksessä kävijät lähestyvät näyttelyesineitä, riippuu myös heidän kulttuurisista taustoistaan. (Neather 2005:184)

Sosiaalinen ympäristö, kävijän kanssa kulkevat ihmiset, selvästi vaikuttavat siihen, kuinka kukin yksilö näyttelyä ”lukee”. Tämäkin puhe tapahtuu dynaamisissa konteksteissa, joita ei voi samanlaisina toistaa, ja esimerkiksi tutkijan läsnäolo vaikuttaa keskusteluprosessiin. (Sturge 2007:134, 74) McManuksen tutkimuksessa (1991) kävijät ottivat esittelytekstin osaksi keskusteluaan, kommentoiden tekstiä kuin se olisi yksi keskustelijoista. Teksti sulautuu osaksi kävijöiden kokemusmaailmaa niiden keskustelujen kautta, joita nämä käyvät sen kanssa. Keskustelun osapuolet ovat näyttelyn rakentaja ja kävijä – itse esittelyssä esiintyvät hahmot eivät pääse osallisiksi muuten kuin ulkopuolisina katseen kohteina. (Sturge 2007:160)

Näyttelyn kokoajilla on kuitenkin oltava jonkinlainen käsitys siitä, minkälaiselle yleisölle he näyttelyä rakentavat. Se, millaisia kävijöitä näyttelyn kokoajat ovat ajatelleet museossa käyvän, vaikuttaa suoraan tapaan, jolla informaatio on museossa esitetty (Neather 2005:194). Eri kävijäryhmiä onkin yritetty tyypitellä museotutkimuksessa. On nähty olevan esimerkiksi satunnaisia kävijöitä, esineisiin keskittyviä kävijöitä sekä niitä kävijöitä, jotka kaipaavat enemmän ja syvällisempää tulkintaa helpottavaa informaatiota. (Neather 2005:193-194) Suomen museoliitto ry:n toteuttamien kävijätutkimusten mukaan tyypillinen suomalainen museokävijä odottaa vierailultaan elämystä, tietoa ja viihtymistä ja vierailee museossa perheenjäsenten ja ystävien seurassa. Hän on usein varsin tyytyväinen näkemäänsä näyttelyyn. (Taivassalo & Levä 2012:5) Näyttelyihin toivottiin muun muassa selkeää tekstitystä, mutta vastaukset olivat välillä ristiriidassa keskenään: toisaalta koettiin, että museokokemuksesta kertyi paljon uutta tietoa, toisaalta tietoa kaivattiin lisää (mts. 23, 13). Tanskalaiseen vastaavaan tutkimukseen verrattaessa kävijöiden profiilit sekä kävijöiden arviot museoista havaittiin samanlaisiksi (mts. 11). Tämä viittaa siihen, että museokokemukset eivät suuresti eroa toisistaan pelkästään kävijän kotimaan perusteella.

Kukin lukija muodostaa oman tulkintansa museon esittämästä semioottisesta kokonaisuudesta (Neather 2008:221). Vierailija näkee näyttelyesineen tietyllä tavoin esitettynä, tietyllä tavoin järjestettynä ja valaistuna, jotta se näyttäisi käyvän järkeen tai olevan esteettisesti tärkeä, tyypillinen tai ainutlaatuinen. Esine näyttäytyy asetettuna muiden esineiden joukkoon, jotka yhdessä muodostavat tulkintakontekstin. Visuaalinen konteksti ohjaa tapaa, jolla kävijä lukee näyttelyesinettä. Näyttelyn tekstit ohjaavat myös tulkintaa. (Sturge 2007:131) Monissa empiirisissä tutkimuksissa on todettu verbaalisten viestien olevan johtava tulkintaa ohjaava voima, ja niitä pidetään merkityksiä pursuilevan kaaoksen hälventäjinä (Neather 2008:221). Kielellä on tärkeä rooli näyttelyissä. Sen avulla esineet ja kuvat sijoitetaan aikaan, paikkaan ja kulttuuriin. (Guillot 2014:74) Museoissa samaa asiaa usein lähestytään useampien toisiaan tukevien tekstien kautta (Neather 2008:220-221). Saavutettu monipuolinen lähestymistapa on tärkeä osa kävijän oppimiskokemusta, sillä informaation esittäminen eri näkökulmista sekä vahvistaa tehokkaasti keskeistä viestiä että sallii joukon erilaisia kognitiivisia tasoja monimuotoiselle yleisölle ja siten omaa suurta pedagogista potentiaalia (Neather 2008:221). Tällä tavalla kootulla museonäyttelyllä on täten potentiaalia aiheuttaa kävijässä henkilökohtainen muutосkokemus (Tarssanen & Kylänen 2009:16).

Näyttelyn kokoajien suunnittelemat tulkinnat ovat siis vain yksi tekijä kunkin kävijän saavuttamassa lukutavassa (Sturge 2007:134). Kävijän tulkinta on sekä yksilöllinen että yhteisöllinen. Vaikka yksikään tulkinta ei ole täsmälleen toisen kaltainen, vaikuttavat museonäyttelyn luentaan jotakuinkin jaetut lukustrategiat, jotka ovat yleisiä kyseisissä yhteisöissä. (Neather 2005:184) Sturge esittää Hooper-Greenhilliin (2000) viitaten, että kävijöiden tulkinnat nousevat heidän henkilökohtaisista historioistaan, mutta niillä on yhteys merkityksiä muodostaviin yhteisöihin, jotka tarjoavat viitekehyksiä ymmärtämiselle. Näiden viitekehysten sisällä yksilöt neuvottelevat, uudistavat ja kehittävät omia käsiterakennelmiaan. (Sturge 2007:134) Taustatekijöihin kuuluvat kävijän lähtökulttuuri sekä esimerkiksi se, mihin hän on tottunut arkielämässään, mitä hän on aikaisemmin elämässään kokenut ja millainen ennakkomielikuva hänellä on kyseisestä kohteesta (Tarssanen & Kylänen 2009:10, 18). Taustatekijöiden lisäksi tulkintoihin vaikuttavat muun muassa häilyvät tunnereaktiot sekä hetkelliset olotilat, kuten väsymys (Hannukkala 2017:28; Hannula 2007:245).

Tuottajan ja vastaanottajan kohtaaminen on epävakaa piste, jossa merkitys muodostuu, ja tästä näkökulmasta katsoen kääntämisestä tulee ”kolmas tila”, jossa erilaiset kielet viitekehyksineen tapaavat ja neuvottelevat (Sturge 2007:134). Kyse on samasta ”tilasta”, josta Mika Hannula (2007:241) puhuu osapuolten keskinäisen vuorovaikutuksen paikkana. Joku sanoo, toinen tulkitsee. Sanoja suuntaa puheensa jollekulle. Tuottajan (ts. sanojan) näkemys siitä, kuka on vastaanottaja, saattaa olla todellinen, mutta se on myös kuviteltu, odotusten mukainen, ja osittain tuon rakennelman eli näkemyksen muokkaama (Sturge 2007:133).

Tekstiä muokataan muuttuvan kohdeyleisön mukaan; voidaan lisätä informaatiota, jonka ajatellaan olevan tälle yleisölle oleellista. Kävijä voidaan pyrkiä huomioimaan siten, että teksti on selkeää ja ettei tarjottua informaatiota ole liikaa (Neather 2008:238, 227, 237). Huonosti kirjoitettu ja koottu verbaalinen informaatio tai epäonnionnistunut neuvottelu museon moninaisten vastakkaisten merkkijärjestelmien välillä voi johtaa vastaanottajan (ulkomaalaisen museokävijän) tulkinnan hajoamiseen, jolloin lähtökulttuurin edustajille tarjoutuvat ymmärtämisen ja tulkinnan tavat rajoittuvat tai jäävät kokonaan tavoittamattomiin (mts. 223,219). Kohdeyleisö tarvitsee enemmän tietoa kuin lähtökulttuurin yleisö. Liian vähäinen tieto voi johtaa turhautumiseen, kulttuuriseen väärinymmärrykseen ja ulossulkemiseen. (Neather 2005:191) Guillot (2014:74) raportoi tutkimuksesta, jossa selviää, että museotekstit herättävät yllättävän voimakkaita reaktioita. Vuosien ajan englanninkielisiä tekstejä on pidetty hyvin yksinkertaisina sekä sisällöltään että muodoltaan ranskan ja espanjan

puhujien toimesta. Saksanpuhujille tekstit eivät useinkaan ole tarpeeksi eksplisiittisiä. Englantia äidinkielenään puhuvat taas ovat kokeneet ranskan- ja espanjankieliset esittelytekstit muodollisina, erikoistuneina ja etäisinä. Nämä ovat yleistyyksiä, mutta johdattelevat pohtimaan, mitä näiden kokemusten eroavaisuuden taustalla on.

Paikallisten ja kansainvälisten kävijöiden tarpeet ja odotukset saattavat erota toisistaan dramaattisesti. Merkityksiä on helpompi välittää tehokkaasti, jos ajateltu yleisö on homogeeninen. (Neather 2005:181, 184) Tämä menee monimutkaisemmaksi, kun yleisöt ovat monimuotoisempia ja vastaanottajat puhuvat eri kieliä sekä tulevat eri kulttuureista. Voi olla vaikea puhutella sekä suomalaista että kansainvälistä yleisöä samassa tekstissä. Ongelmia syntyy myös, jos viestin lähettäjän tulkinnallinen yhteisö eroaa vastaanottajan vastaavasta. (Mts. 185)

4 MULTIMODAALINEN MAAILMA

Multimodaalisuus tarkoittaa sitä, että eri teksteissä ja konteksteissa merkityksenmuodostukseen osallistuvat myös muut semioottiset järjestelmät kuin kieli (visuaalisuus, eleet)(tieteen termipankki b). Multimodaalisuus on inhimillisen kokemuksen keskeinen piirre. Kuvallisuus lomittuu muihin aisteihin ja koodijärjestelmiin ja niiden avittamaan kokemukseen maailmasta, yksilön ruumiista, psyykkisistä tiloista, mielikuvista ja tunteista. (Seppänen 2001:40-41) Visuaalinen ja kielellinen eivät ole vastakohtia vaan kiinteästi toisiinsa liittyviä psyyken ulottuvuuksia. Psyyken tiedostamattomissa kerroksissa kielellistä ja kuvallista on mahdoton erottaa toisistaan. (Mts. 22) Affektiiviset aspektit voidaan nähdä moodina, ja myös tunteet ja kognitio lomittuvat toisiinsa. Tietynlainen mentaalinen prosessi voi olla sisäänkirjoitettuna sekä kuvalliseen narratiiviseen prosessiin että kielellisiin narratiivisiin lauseisiin. (Kress & van Leeuwen 2006: 39, 78) Museoissa näyttelyesineiden arvo on suurelta osin niiden visuaalisessa erilaisuudessa (Sturge 2007:176). Kielellä on kuitenkin tärkeä rooli näyttelyissä. Sen avulla esineet ja kuvat sijoitetaan aikaan, paikkaan ja kulttuuriin. (Guillot 2014:74)

4.1 Visuaalisesta lukutaidosta ja visuaalisuudesta matkailussa

Käännöstieteilijä Riitta Oittisen (2007) mukaan kääntäjän on tärkeää hahmottaa kuvallisten kokonaisuuksien historiaa sekä ymmärtää niiden taustalla vaikuttavia valtaprosesseja. Kuvalliseen ja sanalliseen liittyvä medialukutaito on asia, jota voidaan opiskella ja harjaannuttaa esimerkiksi alkuteoksia ja niiden käännöksiä analysoimalla. Kuvan ja äänen analysoiminen kääntämisen yhteydessä on nykymaailmassa olennaisen tärkeää – Oittisen mukaan yhtä tärkeää, kuin verbaalisen tekstin tulkinta. (Mts. 65-66) Visuaalisen lukutaidon voidaan ajatella olevan oleellinen selviytymistaito erityisesti työelämässä (Kress & van Leeuwen 2006:1).

Visuaalisen journalismin professori Janne Seppänen määrittelee visuaalisen lukutaidon visuaalisten järjestysten tajuksi ja perusteltujen tulkintojen tekemiseksi niistä. Visuaalinen järjestys viittaa visuaalisen todellisuuden säännönmukaisuuksiin ja niihin kytkeytyviin merkityksiin. (Seppänen 2001:16, 14) Kuvilla on sekä denotatiivisia että konnotatiivisia merkityksiä. Kuvan denotaatio viittaa sen ilmeisiin merkityksiin, jotka ovat yhteisiä kaikille. Se on ilmauksen kielenulkoiseen maailmaan viittaava merkitys (tieteen termipankki c). Konnotaatio syntyy vuorovaikutuksessa merkin ja sen käyttäjien tuntemusten ja mielenliikkeiden sekä kulttuuristen arvojen välillä (Seppänen 2001:182).

Visuaalinen lukutaito perustuu siihen, miten jokin ryhmä kuvia tulkitsee; se on sosiaalinen resurssi ja sosiaalinen sopimus (Kress & van Leeuwen 2006:3, 12). Visuaaliset järjestykset kytkeytyvät monin tavoin arvoihin, normeihin ja asenteisiin. Ne sisältävät vakiintuneita ja jaettuja kulttuurisia merkityksiä. (Seppänen 2001:33, 36) Katsoessaan kuvia ihminen katsoo niitä aina osana jotain laajempaa visuaalista järjestystä, johon hän on kasvanut, ja joka osaltaan määrittelee sitä, mitä hän loppujen lopuksi kuvissa näkee (mts. 171, 126). Merkitysten kyseenalaistaminen on visuaalisen lukutaidon olennainen ulottuvuus (mts. 57).

Ihmiset tuottavat visuaalisia järjestyksiä luomalla uusia näkyviä objekteja - kuvia ja muita esineitä. He tulkitsevat enemmän tai vähemmän tietoisesti näitä objekteja ja liittävät ne osaksi omaa toimintaansa ja tuttuja merkityksiä. Myös visuaalisten objektien tulkinta on niiden tuottamista. (Seppänen 2001:34) Näin tapahtuu myös museoissa, kun esiteltiin kulttuuriin liittyvät kuvat esitellään näyttelyn kokoajien tulkinnan läpi käyneinä, ja joista kävijät sitten muodostavat omat tulkintansa.

Keskittyminen lähinnä näköaistiin erottaa museotodellisuuden muusta todellisuudesta, jossa käytämme muitakin aisteja (Sturge 2007:160). Matkailu on erittäin visuaalinen ala, jopa siinä määrin, että sen voidaan väittää keskittyvän siihen, mitä voidaan valokuvata (Mills 2003:85). Arvostamme näköaistia yli muiden aistien ja joskus jopa yli terveen järjen, joten matkailussa visuaalisuutta priorisoidaan muiden kokemuksen puolien kustannuksella. Joidenkin kohteiden validiteettina onkin ennen muuta turistinen katse. (Mts. 82-83) Näin voi olla siitä huolimatta, että museo pyrkisi esiintymään totuuden äänenä. Turistisessa katseessa ("the tourist gaze") on sosiologi John Urryn mukaan kyse visuaalisten kokemusten ja tärkeiden merkkien keräilystä (1990:1). Turistinen katse on eräänlainen matkailun visuaalinen järjestys, sosiaalinen sopimus, johon on hyödyllistä perehtyä, jotta ymmärtäisi paremmin visuaalisia järjestyksiä ylipäänsä ja matkailualan moninaisia tekstejä erityisesti. Turistisen katseen myötä kohteita aletaan kutsua nähtävyyksiksi, jolloin ne saavat arvoa visuaalisen erityisyytensä kautta ja koska ne on matkailun diskursseissa merkitty joksikin erityiseksi (Urry 1992:172;1990:12). Turisti keräilee näitä nähtävyyksiä ja valokuvaa niitä todisteeksi käynnistään (Urry 1992:172, 1990:4).

Urryn mukaan turistin kokemus on perustavanlaatuisesti visuaalinen. Hänen tarkoituksensa ei ole kuitenkaan väittää, ettei muilla aisteilla olisi tärkeää roolia matkailijoiden kokemuksessa, mutta että niillä on merkitystä vain siksi, että ne tapahtuvat erityisessä ja erilaisessa visuaalisessa ympäristössä. (Urry 1992:172) Tavanomaisista aktiviteeteistakin, kuten

uimisesta, tulee erityisiä, kun ne tapahtuvat visuaalisesti epätavallisessa ympäristössä (Urry 1990:12). Turismiin liittyy merkkien keräily. Turistit liittävät näkemäänsä jonkin tärkeän merkityksen, esimerkiksi osana historiaa. (Urry 1992:172) Tavanomaisen näköisestä kivistäkin voi tulla nähtävyys, jos se on merkitty joksikin erityiseksi, kuten kuukiveksi. (Urry 1990:12) Näin on myös museoesineiden kohdalla. Jo sekin, että jokin esine tai kuva sijaitsee museossa, antaa sille merkityksen erityisesti esiin nostettuna esitellyn kulttuurin edustajana. Myös museoesineen merkitys tarvitsee verbaalisen viestin, jotta se voitaisiin ymmärtää oikein.

Katseet, kuten turistinen katse, rakentuvat sosiaalisesti. Katse muotoutuu kontrastina sen vastakohtaan eli eroavaisuuksien kautta, sekä uusien turististen sosiaalisten kokemusten ja ajatusten muotojen myötä – mitä ei-turistinen kokemus kulloinkin sattuu olemaan. Se siis riippuu siitä, mikä on tuttua kullekin yhteisölle. Turistinen katse, kuten kakki muutkin ”katseet”, vaihtelee yhteiskunnan, sosiaalisen ryhmän ja historiallisen ajanjakson mukaan – ei siis ole olemassa yhtä universaalia turistin katsetta. (Urry 1990:1-2) Historiallinen kehitys nähdään tärkeänä osana katseen muodostumista (mts. 4-7). Olemassa olevat kulttuuriset kuvat rakentavat osaltaan sitä, mikä nykyään koetaan merkitykselliseksi (mts. 66). Merkit, kuten ”kylä menneisyydestä”, kehittyvät matkailun diskursseissa (mts. 12).

Monet ammattilaiset ovat mukana rakentamassa ja kehittämässä meidän katsettamme myös turismin osalta (Urry 1990:1). Katsetta vahvistavat mm. kirjallisuus, televisio ja elokuva. Sitä tuotetaan uudelleen valokuvien ja muiden visuaalisten väylien kautta. (Mts. 3) Jokainen turisti voi osallistua tähän oman kokemuksensa ja sen dokumentoimisen kautta. Ammattilaiset pyrkivät luomaan aina vain uusia katseen kohteita, jotka riippuvat matkailijoiden muuttuvasta mausta (mts. 4). Voikin ajatella turistisen katseen olevan eräänlainen ”massamielikuva”, jonka ammattilaiset ja turistit neuvottelevat keskenään. Turismin tuottaminen muovautuu ihmisten vaihtelevien makujen mukaan; missä kulloinkin halutaan olla ja mitä tehdä (mts. 66). Kohteiden tulee puhutella turistien uteliaisuutta tavalla, jota he arvostavat. ”Katse” on jotakin yhteistä ja jaettua - turismi ja turistin katse luovat sosiaalista yhteenkuuluvuutta. (Mts. 1, 13)

Katsetta määrittelevät tietyt perusolettamukset, kuten turismin tapauksessa työ verrattuna lomaan, siirtyminen paikasta toiseen ja voimakkaista nautinnoista unelmoiminen. Tämän kyseisen katseen peruspiireihin kuuluu se, että tavanomaisesta eroavat kokemukset olisivat mahdollisimman miellyttäviä. (Urry 1990:2-3, 11) Näille asioille perustuvia turistisia katseita luodaan ja ylläpidetään monimutkaisissa tuotantoprosesseissa. Niitä ei voi jättää sattuman

vara, vaan ihmisten pitää oppia kuinka, koska ja missä ”katsoa”. (Mts. 9) Tässä ammattilaiset, myös kieliammattilaiset, ovat mukana ohjaamassa. Kohde muun muassa nimetään, sille rakennetaan kehystarina ja sitä rikastetaan kiehtovampaan suuntaan. Silti turistin katse voi olla hyvinkin häilyvä etisessään aina vain jotakin uutta. (Mts. 10) Osasyys tähän on se, että ihmisten muodostamat haaveelliset mielikuvat eivät koskaan täysin toteudu todellisuudessa, mikä jättää heihin kaipuun hankkia vielä lisää kokemuksia (mts. 13).

Esimerkiksi museoissa esillä voi olla tavallisten ihmisten elämää, joka esitellään erityisesti kulttuuristen esineiden kautta. Tämä mahdollistaa tuttujen asioiden vieraiden aspektien näkemisen. Turisti voi kokea, että asia ei olekaan hänelle niin tuttu kuin hän oli oletanut. Tämä toimii myös toisin päin: vieraiksi oletetut muiden ihmisten käytännöt eivät näyttäydykään enää niin vieraina. (Urry 1990:12)

Turistit toisaalta etsivät aitoutta, mutta se tarjotaan heille lavastetussa muodossa (Urry 1990:9). Todellisuus vertautuu vasten turistia varten luotua erilaisuutta. Tällainen erilaisuus tehdään helpoksi kohdata. Urry muotoilee turismin tarjoilevan ”loisteliaita näytöksiä hyväuskoiselle tarkkailijalle”(”extravagant displays for the gullible observer”). Katse on siis itse asiassa sarja turistia varten luotuja illuusioita, joita turistit itse pitävät yllä. Massaturismi rajoittuu tiettyihin yleisesti hyväksyttyihin katseen kohteisiin. Erilaiset kulttuurit yksinkertaistetaan, jotta turisti ei hämmentyisi. (Mts. 7-8) Museo voi kuitenkin profiloitua siten, että kävijä tietää jo matkakohdetta valitessaan joutuvansa häntä mahdollisesti hieman hämmentävän tiedon äärelle.

Turisteille visuaalinen puoli, esitellyn ulkonäkö, voi olla elintärkeä mielekkään kokemuksen kannalta, vaikka sillä olisi tutkijoille vain vähän merkitystä. Akateemiset teemat eivät aina noin vain taivu visuaaliseksi esityksiksi; ne saattavat vaatia suuriakin määriä ilmaistua ennakkotietoa tullakseen ymmärretyiksi. (Mills 2003:78, 77) Kontekstualisoinnin avulla voidaan pyrkiä tarjoamaan kävijälle tarkempi tulkinta (Sturge 2007:69). Ilman selkeää kontekstualisointia esine saatetaan kokea pelkästään hämmentävänä tai merkityksettömänä (Sturge 2007:163). Myös kulttuurin piirre saatetaan kokea näin.

Sekä valokuvalla että museolla on objektiivisuuden aura (Seppänen 2001:153; Sturge 2007:130). Kuvassa koemme näkevämme kohteen sellaisena, kuin se on. Ajatellaan, että valokuvaan piirtyy maailma sellaisenaan. Kirjoitettuihin kulttuurikuvauksiin verrattuna museot tarjoavat visuaalisia ja konkreettisia representaatioita, jotka kantavat totuudellisuuden mielikuvaa – ”seeing is believing” (Sturge 2007:137). Esimerkiksi valokuvat näyttävät

avautuvan katsojalle ikään kuin luonnostaan, mutta niiden merkityksen muodostumisen mekanismit ja yhteydet erilaisiin visuaalisiin järjestyksiin jäävät usein piiloon (Seppänen 2001:15).

4.2 Multimodaalisuus tekstissä

Kirjoitettu teksti on aina multimodaalinen, se on kirjoitettu jollekin taustalle jollakin fontilla ja niin edelleen (Kress & van Leeuwen 2006:41). Visuaalisuus on siis aina osa kirjoitettua tekstiä. Sitä ei tulisi nähdä vain kuvituksena tekstin kielelliselle osalle, vaan moodina, jolla on samanarvoinen potentiaali muodostaa merkityksiä (Borodo 2015:23). Eri moodeilla on eri säännöt (Kress & van Leeuwen 2006:16). Välillä kuvallinen ja sanallinen ilmaisu voivat välittää samoja merkityksiä, välillä ne taas representoivat maailmaa melko erilaisin tavoin (mts. 76). Esimerkiksi ihmisen ulkonäön sanallinen kuvailu ei voi koskaan saavuttaa valokuvamaista tarkkuutta (Seppänen 2001:178). Kuvaa ei voida palauttaa sanaksi, eikä kielelliselle ilmaisulle aina löydy kuvallista vastinetta (Mikkonen 2005:40).

Samassa tekstissä esiintyvällä kuvalla ja sanalla voi olla keskenään monenlaisia suhteita. Olennaista on, että kuvallisessa ja sanallisessa elementissä on erilaisia aukkoja, jotka pitää täydentää (Mikkonen 2005:39). Kuvitus on tekstin uudelleenkirjoitusta, sen tietynlaista valikoivaa luentaa niin, että muodostuu uutta, omat väitteensä esittävää visuaalista tekstiä (Mikkonen 2005:39). Erilaisia kuvan ja sanan vuorovaikutuksen jaotteluita on runsaasti, ja ne korostavat tämän vuorovaikutuksen rikkautta. Eri vuorovaikutustyyppit saattavat myös sekoittua ja toimia samanaikaisesti. (Mikkonen 2005:334) Jompikumpi näistä semioottisista moodeista voi esittää asioita, jotka jo esiintyvät toisessa moodissa, jolloin samat tai lähellä olevat merkitykset toistuvat ("elaboration"). Toinen moodi voi myös laajentaa toisen merkityksiä, jolloin merkitykset lisääntyvät ("extension"). Lisäksi kuva ja sana voivat toimia yhdessä niin, että niiden yhteistoiminta tuottaa uusia merkityksiä ("enhancement"). (Borodo 2015:23-24) Kuva voi tehdä kielellisestä esityksestä yksityiskohtaisemman eli tarkentaa sen merkityksiä. Kun moodit täydentävät toisiaan, ne laajentavat toistensa merkityksiä. Kun kuva ja sana yhdessä välittävät ajatuksen, jota kumpikaan ei yksin pystyisi välittämään, voidaan puhua vuorottelusta. (Mikkonen 2005:333-334) Symbioottisessa suhteessa kuvan ja sanan välillä toista ei voi ymmärtää ilman toista (Neather 2008:235). Multimodaalinen analyysi alkaa tunnistamalla kuvasta elementtejä: siinä esiintyviä objekteja ja kuvattuja olosuhteita. Sitten etsitään leksikaaliset elementit, jotka liittyvät kuvan merkityksiin, ja analysoidaan nämä suhteet. (Borodo 2015:24)

Visuaalista kommunikaatiota ja multimodaalisuutta tutkineet Gunther Kress ja Theo van Leeuwen (2006) kirjoittavat kuvan kieliopista ("visual grammar"), jossa kuvan eri elementit yhdessä muodostavat merkityksiä. Kuvan kielioppia voi ajatella visuaalisen analyysin työkaluna. (Mts. 14) Analyytisissä prosesseissa kuvan elementtejä yhdistellään osakokonaisuusrakenteiksi (mts. 87). Kuvan elementit muodostavat narratiivisen kaavan (mts. 72). Visuaalisessa kieliopissa oleellista on esimerkiksi se, miten kuvatut asiat on järjestetty kuvassa (mts. 43). Kuvasta voidaan havainnoida sen elementtien koko sekä kuvakulma, joka voi olla esimerkiksi objektiivinen (mts.79). Narratiivisessa kokonaisuudessa osa tarinan henkilöistä voidaan jättää kuvan ulkopuolelle, jolloin nämä henkilöt on impersonoitu eli häivytetty taustalle (mts. 46). On myös hyödyllistä kysyä, mitä kuvaan on ylipäättään otettu mukaan ja mitä on jätetty sen ulkopuolelle (mts. 45). Kuvia tulkitessa tulee miettiä, mikä niissä on oleellista; onko vaikkapa kuvassa näkyvä varjo oleellinen osa merkitystä (mts. 24)?

Kuvia tai intersemioottisia suhteita eli merkkijärjestelmien välistä vuorovaikutusta voidaan analysoida myös seuraavien kolmen Kressin ja van Leeuwenin nimeämän metafunktion avulla, jotka he ovat lainanneet kielitieteilijä Michael Hallidayltä: ideationaalinen, interpersonaalinen ja tekstuaalinen (Kress & van Leeuwen 2006:41- 42; Borodo 2015:24). Ideationaalista metafunktiota voidaan kutsua myös "esittäväksi" ja tekstuaalista "rakenne-" tai "sommittelufunktioksi" (kielikompassi). Ideationaalinen metafunktio tarkoittaa kuvan tai tekstin kykyä representoida maailman objekteja ja niiden välisiä suhteita representaatiojärjestelmän ulkopuolelta. Interpersonaalinen metafunktio liittyy tuottajan, katsojan ja objektin väliseen suhteeseen. Kuvan henkilö voi esimerkiksi puhutella vastaanottajaa suoraan katsomalla kameraan ja synnyttää näin tunteen interaktiosta. Tekstuaalinen metafunktio tarkoittaa sitä, että jokaisella semioottisella merkkijärjestelmällä on oltava kyky muodostaa tekstejä eli merkkien yhdistelmiä, jotka ovat keskenään ja maailman kanssa kommunikaatiosuhteessa. (Kress & van Leeuwen 2006:41-43) Ideationaalinen metafunktio käsittelee siis sitä, kuinka olemme tekemisissä, ymmärrämme ja viittaamme maailmaan, ja interpersonaalinen liittyy tekstin tuottajien ja vastaanottajien välisiin rooleihin, suhteisiin ja asenteisiin. Tekstuaalinen metafunktio liittyy siihen, kuinka tekstejä muotoillaan ja rakennetaan kahden ensimmäisen merkityksen välittämiseksi. (Liao 2018:47-48)

Riitta Oittinen (2007) muistuttaa, että multimodaalisen tekstin kääntäjän on osattava kiinnittää huomiota niin yleiseen (tyyleihin, kuvattuun aikakauteen, kulttuureihin, aatehistoriaan) kuin yksittäiseenkin (typografiaan, hahmojen välisiin suhteisiin, värien, viivojen ja ääniefektien

käyttöön ja kuvan, sanan ja äänen väliseen vuorovaikutukseen) (mts. 65). Näin ollen kääntäjän on otettava huomioon sekä ideationaalinen, interpersonaalinen että tekstuaalinen metafunktio. Esimerkiksi typografialla merkitään, minkälaisesta tiedosta on kyse; eri tiedolle, otsikolle ja alaotsikolle on oma fonttinsa (Guillot 2014:84). Tekstuaalisen metafunktion eli tekstin muokkaamisen kautta välitetään esimerkiksi tietoa siitä, kuinka tärkeää mikäkin informaatio tekstissä on.

Museo on tekstinä multimodaalinen, jos ymmärrämme multimodaalisen tekstin miksi tahansa tekstiksi, jonka merkitykset muodostuvat useamman semioottisen koodin kautta (Neather 2008:221). Robert Neatherin mielestä museoon liittyvissä tutkimuksissa tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, kuinka verbaalinen ja visuaalinen määrittävät kääntämistä. (Neather 2008:221, 238)

Museo on mielenkiintoinen kohde kielelliselle ja kuvalliselle kääntämiselle, koska se edustaa monimuotoista semioottista ympäristöä, jossa monet erilaiset merkityksentuottamisjärjestelmät toimivat yhteistyössä. Merkitys muodostuu yhdessä muun kanssa, keskinäisinä suhteina niin, ettei yhtäkään elementtiä voi tarkastella muista erillään. Yhteismerkitys riippuu kyseisen näyttelyn tavoitteista ja visuaalisten ja verbaalisten elementtien suhteesta. (Neather 2008:219, 221) Esineet ja muut museon tekstit voidaan sijoitella siten, että tietyt konnotatiiviset merkitykset korostuvat (Neather 2005:184). Museossa objektien väliset suhteet on määritelty siten, että järjestelyn avulla välitetään tiettyä tulkintaa ja esineen sijainti suhteessa muihin vaikuttaa sen tulkintaan (Neather 2008:219, 223). Tätä voidaan kutsua ”paikan semiotiikaksi” - miten merkit asetellaan tietyssä tilassa (mts. 223).

Museon esineet (objects) ovat sen oleellisin visuaalinen merkityksenmuodostustapa ja oikeastaan syy sen olemassaololle (Neather 2005:182). Saman näyttelyesineen eri puolien korostaminen johtaa erilaisiin reaktioihin ja katsantokantoihin ideationaalisesti, interpersoonallisesti ja tekstuaalisesti (Guillot 2014:89). Museoesineet ovat polyseemisiä eli niillä on monenlaisia potentiaalisia merkityksiä ja tulkintatapoja (Neather 2005:182). Nämä tulkinnat voivat kaikki olla tosia. Verbaalisen lisäyksen avulla voidaan tarkentaa kuvan viittaussuhteita (Seppänen 2001:188). Kieli on joustavaa, joten sen avulla voidaan tehdä pysyvän oloisista museoesineistä uusia moninaisempia tulkintoja. Kieltä tulisi käyttää niin, että se ilmaisee esineiden muutokset niiden matkatessa halki ajan, paikan ja muuttuvien hahmotusten (joita voidaan myös katseiksi kutsua). (Guillot 2014:93) Kuva taas voi paljastaa

uusia näkökulmia esitettyyn, ikonisena peilinä itse esineeseen. Kuvia voidaan käyttää myös siten, että ne lähinnä vain luovat tunnelmaa, jolloin sanan ja kuvan suhde on erilainen. Visuaaliseen liittyy myös valaistus, jonka avulla voidaan luoda vaikka tunne mysteeristä tai ihmeestä. Tällaisia monimuotoisia suhteita ilmaistaan toki myös verbaalisesti. (Neather 2008:220)

Neather (2008:222) esittää, että museoesinettä voidaan lukea synekdokeena, osana kokonaisuutta, tai metaforana, jossa esimerkiksi taide edustaa tietynlaista estetiikkaa. Objektit voidaan siis nähdä pelkästään esteettiseltä kannalta (metafora) tai sitten kulttuurisesti merkityksellisinä symboleina (Neather 2005:190). Kun näyttelyä luetaan synekdokeena, välittyy kävijälle tehokkaasti kerrottu kulttuurinen merkitys, joka jää pimentoon silloin, jos näyttelyesineet koetaan pelkästään esteettisinä (Neather 2008:238). Samassa museossa voidaan käyttää molempia strategioita. Luenta voi myös muodostua epälineaarisesti kunkin kävijän muodostaessa oman käsityksensä ikään kuin ”sieltä sun täältä” museon merkitysten seasta. (Mts. 222, 221) Synekdokee-tulkinta vaatii tulkintaa edesauttavaa informaatiota, joka ei ole tarjolla henkilöille, jotka eivät ymmärrä museon kieltä eli jos museossa ei esimerkiksi ole ollenkaan käännoiksiä. Informaation puute johtaa esteettiseen tulkintaan ja tulkintaan, joka perustuu vain lukijan omiin kokemuksiin. (Neather 2005:190-191) Se, missä määrin jokin esine luetaan ennemmin metaforana kuin osana synekdokeeta, riippuu tarjolla olevan informaation määrästä, siitä, kuinka tehokkaasti se on välitetty, sekä siitä, kuinka paljon kukin kävijä kyseistä informaatiota hyödyntää.

Neather (2008:228) kutsuu niitä kuvan ja sanan vuorovaikutuksen kohtia, joissa kuvan esittämiä asioita mainitaan kielellisessä osiossa, syntagmaattisiksi viitteiksi. Tällöin kuvan ja sanan merkitykset viittaavat toisiinsa. Syntagmaattisten yhteyksien vahvistaminen tekee eri merkkien tulkinnallisista yhteyksistä selkeämpiä (mts. 238). Tarjolla oleva suurempi määrä syntagmaattisia yhteyksiä verbaalisen ja visuaalisen välillä johtaa synekdoottisempaan tulkintatapaan, eli jos kuvan ja sanan suhde on vahva, on näyttely helpompi tulkita kokonaisuutena. Huonosti keskenään keskusteleva teksti ja kuva taas voivat jättää esineen avoimeksi, jolloin se helposti tulkitaan lähinnä metaforisesti. (Mts. 223) Synekdokeena toimiakseen esineen merkitys täytyy ensin täsmentää mukana olevan tekstin avulla. Jotta näin tapahtuisi, täytyy tekstin ja kuvan välillä vallita tarpeeksi vahva syntagmaattinen suhde. (Mts. 229) Ilman tekstiä kuvasta voivat jäädä käteen vain alitajuiset viittaukset (mts. 232). Joudumme itse päättämään, mitä kuva suhteessa tekstiin edustaa, jos syntagmaattiset

yhteydet intersemioottisella tasolla ovat heikkoja eli kuvasta ei esimerkiksi suoraan kerrota mitään (Neather 2008:228).

Museon intrasemioottisten eli eri tekstien välisten suhteiden ymmärtäminen on edellytys toimiville kieltenvälisille käännöksille museossa (Guillot 2014:77). Museon eri tekstit täydentävät toisiaan, ne ovat toistensa kielensisäisiä käännöksiä ja tarjoavat monia tulkinnallisia näkökulmia ja kognitiivisia tasoja, joilla merkityksiä rakennetaan (Neather 2005:183). Kääntäessä onkin lähtötekstin lisäksi otettava huomioon muut museon hierarkkiset tekstit ja visuaaliset elementit (Neather 2008:219). Tietty kielellinen teksti saattaa kertoa lähinnä muusta, kuin mitä esittelytekstin kuva edustaa. Koska näyttely on kokonaisuus, saattavat verbaalisen tekstin kuvaamat asiat esiintyä muualla näyttelyssä. Tällöin tietyn esittelytekstin kuva ja sana saattavat tuntua olevan eri paria. (Neather 2008:228) Tulkinta on mahdollista, vaikka käännös ei onnistuisikaan säilyttämään intersemioottisia eli eri merkkijärjestelmien välisiä suhteita. Tämä voi kuitenkin johtaa muutokseen kävijöiden reaktioissa. Esineet eivät enää toimi kulttuurisina symboleina vaan ne nähdään vain esteettiseltä kannalta. (Guillot 2014:77-78; Neather 2005)

Kieltenvälisen museokääntämisen rajoituksina Neather mainitsee muun muassa tilallisen ja visuaalisen estetiikan, genrekonventiot, sekä sen, kuinka vahvoja syntagmaattiset viitteet näyttelyssä ovat (Neather 2008:238). Tila rajoittaa kääntämistä erityisesti museossa, jossa tila on tärkeä osa merkityksenmuodostusta (mts. 226). Tila sitoo yhteen museon monet visuaaliset ja verbaaliset merkit, ja se on myös osa kokonaiskontekstia. Mitä enemmän tilaa jollekin esineelle on annettu, sitä tärkeämmän roolin se saa tulkinnassa. (Neather 2005:183-184) Kuinka suuri tila kuvalla on, onko elementit sijoitettu siten, että kuva luetaan ensin? Myös visuaalinen tasapaino, jota pidempi kohdeteksti järkyttäisi, on tärkeä säilyttää. Esittelytekstissä on myös jaettu kaksikielinen tila, jolloin lähtötekstin ei tulisi olla lyhempi kuin kohdetekstin, jos halutaan antaa vaikutelma, että sama informaatio on tarjolla sekä lähtö- että kohdekieliselle lukijalle. Ylhäälle sijoitettu teksti on tekstihierarkiassa tärkeämmällä paikalla. (Neather 2008:226) Kun otsikko nähdään ensin, kielellinen aines heijastaa merkityksiä kuvaan (Kress & van Leeuwen 2006:26).

Tutkiessaan hongkongilaista teemuseota Neather (2008:229) tuli siihen tulokseen, että lähtötekstin muokkauksen luonne riippui siitä, kuinka vahvoja kuvan tai esineen ja verbaalisen elementin väliset syntagmaattiset viitteet olivat. Syntagmaattisten viitteiden ollessa heikkoja objektit ja verbaaliset tekstit olivat vain heikosti yhteydessä keskenään,

jolloin ne lähtötekstin piirteet, jotka liittyivät lähemmin tekstin visuaaliseen osaan, säilyivät käännöksessä (mts. 231). Ylipäättään ne lähtötekstin elementit, joilla oli mahdollisesti voimakkaampia syntagmaattisia yhteyksiä kuviin ja esineisiin, säilyivät paremmin kohdetekstissä (mts. 229). Syntagmaattisten yhteyksien ollessa voimakkaimmillaan kohdetekstiä ei juuri tiivistetty. Näiden kuvan ja sanan välisten yhteyksien vahvistuessa voitiin tekstiin tehdä lisäyksiä, mutta poistoja vähemmän. (Mts. 238) Neatherin mukaan teksti-hierarkiassa alempana olevat tekstit, kuten kuvateksti, sisältävät usein enemmän visuaalisen ja verbaalisen yhteistyöhön liittyviä, kohdetekstiä rajoittavia siteitä. Nämä alemman tason tekstit oli teemuseossa käännetty kirjaimellisemmin. (Mts. 231, 238)

Museossa verbaalinen teksti kuvailee sitä, mitä kuvasta ei ainakaan asiaan perehtymätön voi päätellä, vaikka siitä osia tunnistaisikin (Neather 2008:232). Esimerkiksi siitä, että valokuva on mustavalkoinen, voi päätellä, että kyse on menneisyydestä. Jos viestin katsotaan tarpeeksi selvästi välittyvän visuaalisesti, se voidaan poistaa verbaalisesta kohdetekstistä (Neather 2008:233). Tällöin jää enemmän tilaa muulle käännökselle.

5 AINEISTO, MENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Menetelmänäni on paikan päällä suoritettu kyselytutkimus. Aineisto on kerätty Työväenmuseo Werstaan kävijöiden keskuudessa marraskuussa 2017. Valitsin vastaajien kommentoitavaksi Oman liikkeen leivissä näyttelyn esittelytekstin *Kapinasta kasvuun*, joka yhdistää kirjoitettua tekstiä mustavalkovalokuvaan. Sen lisäksi, että kyseinen esittelyteksti oli multimodaalinen, se valikoitui aineistoni lähtökohdaksi siitä syystä, että sen kääntäjä oli käyttänyt englanninnoksessa erilaisia käännösstrategioita: lisännyt kuvailua joidenkin suomalaisten kulttuuristen viittausten yhteyteen avatakseen niitä enemmän kansainväliselle yleisölle ja toisaalla jättänyt käännöksen suoraan alkutekstin kaltaiseksi ilman ylimääräisiä kuvailuja. Kyselytutkimus paikan päällä oli kätevä tapa päästä käsiksi todellisten museovieraiden ajatuksiin valitsemastani esittelytekstistä. Tässä luvussa käsittelen ensin Werstasta aineiston keräämisen tapahtumapaikkana, sitten kerron tarkemmin aineiston keräämisestä ja analyysivälineenä käyttämästäni fenomenografiasta sekä siitä, miten hyödynsin fenomenografiaa tässä tutkielmassa. Lopuksi täsmennän tutkielmani tutkimuskysymykset.

5.1 Tapahtumapaikka

Työväenmuseo Werstas sijaitsee Tampereella. Oman liikkeen leivissä -näyttely (”Our own co-op”) oli esillä 23.3.2017-22.4.2018, ja siinä kerrottiin osuuskauppaliikkeen merkityksestä suomalaisille läpi liikkeen historian. Valitsemassani esittelytekstissä mainitaan muun muassa sisällissota ja luetellaan 1900-luvun alun kulutushyödykkeitä.

Werstaan (Työväenmuseo Werstas) nettisivuilla kerrotaan museon pyrkimyksistä seuraavaa:

Perustamisestaan lähtien museo on pyrkinyt tekemään työväenperinnöstä hyväksytyn osan suomalaista menneisyyttä. Werstas perustettiin kertomaan työväen elämästä sen kaikkine puolineen. Kulttuurilaitokset rakentavat ohjelmistonsa usein valtaväestön arvojen ja mieltymysten mukaan. Werstas on valinnut päinvastaisen tien. Olemme kiinnostuneita tavallisista kansalaisista, kovasta työstä, jokapäiväisestä elämästä, heikoista, sorretuista ja myös marginaalisiksi koetuista ilmiöistä. Werstas on perustamisajatuksensa mukaan antanut äänen niille menneiden sukupolvien yhteisöille ja ihmisille, joilta se aiemmin oli puuttunut.

Vaikka Werstaalla puhutaan myös vaikeista asioista, monille kävijöille museovierailu on ennen muuta myönteisen nostalginen kokemus. Lapsuudenmuistot palautuvat mieleen, kun näyttelyistä tavataan tuttuja, entisestä työpaikasta, omasta kodista tai mummolasta muistuttavia esineitä. Ja kun lasten kanssa tullaan museoon, välittyy tietoa luontevasti vaarilta pojanpojalle tai äidiltä tyttärelle. Museo kertoo menneiden sukupolvien elämästä ja mahdollistaa näin vuoropuhelun sukupolvelta toiselle.

Voidaan siis ajatella, että Werstas pyrkii näyttelyissään esittelemään työväenperintöä osana suomalaisten yhteistä historiaa. Toisaalta museo kertoo, että ei niinkään pyri miellyttämään

suurta kävijäkuntaa, vaan tuomaan esiin myös sorrettujen äänen ja täten tarjoamaan hieman vaihtoehtoisen perspektiivin menneisyyden tapahtumiin. Tämä heijastuu myös esittelytekstien kieleen, joka on välillä tasapainottelemista sen välillä, mikä on yleisön mielestä hyväksyttävää ja mikä palvelee paremmin juuri tämän museon erityisyyttä. Voisi esimerkiksi ajatella, että työväenmuseo ajaisi sanavalinnoissaan työväen tai sisällissodan punaisten asiaa, sillä nimenomaan työväenaate oli punaisten pyrkimysten taustalla, mutta valitsemassani esittelytekstissä on muun muassa häivytetty valkoisten sisällissodassa tekemiä raakuuksia neutraaleiksi kommentteiksi. Museon mainitsema myönteisen nostalginen kokemus nousi esiin omassakin aineistossani, ja sitä olivat luomassa sekä esittelytekstin kuva että sen kirjallinen puoli yhdessä koko museon yleisen ilmeen kanssa, joka on pitkälti esineistään koostuva visuaalinen aikamatka.



Kuva 1. Näyttelyn visuaalista ilmettä. Kuva (c) Laura Aro

Oman liikkeen leivissä -näyttelyssä on muun muassa vanha auto ja seinät on päällystetty vanhojen lehtien kansilla. Siitä saa siis paljon irti, vaikkei ymmärtäisikään esittelyiden kieltä. Werstas on mielenkiintoinen siinäkin mielessä, että siellä institutionaalinen toimija mainitsee näyttelyidensä kohteeksi erityisesti tavallisen kansan ja pyrkii ”antamaan äänen” heille. Vaikka kyse ei olekaan varsinaisesti eri kansallisista kulttuureista, voidaan tässä ajatella korkeakulttuuria edustavan museon representoivan kansankulttuuria.

5.2 Aineiston kerääminen

Keräsin aineiston Työväenmuseo Werstaalla marraskuussa 2017. Käytin apuna e-lomaketta, johon kirjoitin kävijöiden vastaukset itse omalle tablettitietokoneelleni. Tätä ennen olin valinnut näyttelyn teksteistä tutkielmaani sopivan esittelytekstin, jonka edessä kyselin ohi kulkevilta museokävijöiltä, haluaisivatko he vastata noin neljä minuuttia kestävään kyselyyn koskien kyseistä museotekstiä. Noin kahden viikon aikana sain kokoon tarvitsemani 20 vastausta.

Ennen varsinaisen aineiston keruuta suoritin pilottikokeen lähipiirissäni. Se tuotti tärkeää tietoa, jonka perusteella muokkasin kysymyksiä paremmiksi. Oivalsin, että vastaajia kannattaa ohjeistaa lukemaan tekstiä pitäen mielessä ne kysymykset, joihin etsin vastausta. Lisäksi kysymysten tuli olla helposti ymmärrettäviä: jos pyydän kiinnittämään huomiota kielen piirteisiin, minun täytyy ensin selventää, mitä itse asiassa tarkoitan kielen piirteillä. Lisäsin pilottitutkimuksen jälkeen haastattelurunkooni myös sanat ”voit katsoa tekstiä uudelleen”, sillä ensimmäisellä lukukerralla moni asia voi jäädä sisäistämättä.

Odottelin potentiaalisia vastaajia esittelytekstin edessä usean eri päivän aikana. Suurin osa ohi kulkevista museovieraista halusikin vastata kysymyksiini. Moni kysyi heti, mikä on graduni aihe, ja yritin muistaa esitellä sen jokaiselle. Tilanne oli kuitenkin joka kerta erilainen, enkä aina muistanut esitellä tutkimustani samalla tavalla, ja myös tapani kysyä asioita vaihteli vastaajasta toiseen. Saatoin esimerkiksi esittää lisäkysymyksiä jos koin, että halusin ymmärtää tarkemmin, mitä vastaaja tarkoitti. Kysymykset pysyivät kuitenkin suurin piirtein tällaisina:

-Kertoisitko kolme sanaa, jotka tulevat mieleesi, kun katsot tätä kuvaa?

-Samalla kun luet, kiinnitä huomiota kielenkäyttöön. Töksähtääkö teksti jossain kohtaa? Onko jokin asia mielestäsi erityisen hyvin kerrottu?

-Voit katsoa tekstiä ja kuvaa uudelleen. Tuntuuko jokin niissä tutulta tai vieraalta? Positiivisessa vai negatiivisessa mielessä?

-Kertoisitko vielä kolme sanaa, jotka tulevat mieleesi nyt kun olet lukenut tekstinkin?

Ja sama englanniksi:

-Please take a look at the image. Could you tell me three words that come to your mind?

-While reading the text, please take notice of how things are said. Does something feel like it could have been said more fluently? Was there something that felt really well written?

-You may now take another look at the text and the image. Does something about them feel strange or familiar to you? In a positive or a negative sense?

-Finally, could you tell me three words that come to your mind now that you've read the text as well?

Sana "strange" tuotti välillä vastauksia liittyen hieman erilaiseen vierauteen tai outouteen kuin oli tarkoitus. Korjasinkin sen myöhempiin haastatteluihin muotoon "unfamiliar".

Vastaukset niihin kysymyksiin, joissa pyysin vastaajia kertomaan heidän mieleensä tulevat kolme sanaa kirjasin ylös siten, että ensin tein luettelon kaikkien vastaajien sanoista ennen tekstin lukemista ja toisen luettelon kaikkien vastaajien sanoista jälkeen lukemisen. Sitten erittelin luetteloiksi myös suomenkielistä tekstiä lukeneiden ja englanninkielistä tekstiä lukeneiden suomalaisten sanat sekä kansainvälisten vastaajien sanat. Tein näiden luetteloiden perusteella grafiikoita, joissa pyrin näyttämään sanojen yleisyyden sekä joitakin päättelemiäni suhteita näiden sanojen tai niiden edustamien mielikuvien välillä. Kahden keskimmäisen kysymyksen pohjalta kertyi monenlaisia kuvailuja siitä, kuinka teksti koettiin, ja niitä olen käsitellyt analyysissa siteerausten avulla.

Yhteensä keräsin 20 vastausta, mutta vastaajia oli 22, sillä yhteen vastasi yhdessä kolme ranskalaisrouvaa. Merkitsin ylös myös vastaajien iän, sukupuolen ja kansallisuuden.

Vastaajat olivat iältään 14-72 -vuotiaita, 13 heistä oli naisia ja yhdeksän miehiä.

Kansainväliset vastaajat olivat kotoisin Ranskasta, Egyptistä, Venäjältä ja Iso-Britanniasta.

Analyysissa päätin jättää vastaajien sukupuolen merkitsemättä, sillä minusta on mielenkiintoista lähestyä heitä ennemmin henkilöinä kuin sukupuolen kautta.

Kymmenen suomalaisvastaajaa luki suomenkielisen esittelytekstin ja vastasi kysymyksiin sen pohjalta. Viisi suomalaista luki ja kommentoi englanninkielistä käännöstä, ja niin tekivät myös seitsemän kansainvälistä vastaajaa. Näin pystyin vertaamaan keskenään suomalaisille suomenkielisestä tekstistä syntyviä mielikuvia suomalaisille käännöstekstistä syntyviin mielikuviin ja edelleen kansainvälisiin vastaajiin. Tuloksena on 20 jännittävää kohtaamista kielen ja kulttuurin äärellä. Koska "meidän tulee ensin kohdata itsemme ja lähiympäristömme johdonmukaisesti, rehellisesti ja mielekkäästi, ennen kuin olemme valmiita kohtaamaan toiseutta", koen loogiseksi sen, että suomalaisia vastaajia on tutkimuksessani suurin osa (Hannula 2007:248). Tätä ratkaisua puolsi myös se, että suurempi joukko kansainvälisiä vastaajia olisi vaatinut enemmän aikaa – suurin osa kohtaamistani Werstaan kävijöistä oli suomalaisia.

5.3 Fenomenografinen analyysi

Vastausten keräämistä seurasi niiden analysoimisen vaihe. Hyödynnän tutkimuksessani fenomenografista analyysia. Tässä luvussa esittelen fenomenografian ja siihen pohjaavan analyysin vaiheet. Fenomenografia valikoitui tutkielmani osaksi lähinnä siitä syystä, että siinä painotus on käsitysten ja kokemusten variaatiolla (Ketola 2015:53). Aineistoni, joka käsittää kaksikymmentä vastausta, tuottaa mielenkiintoisia tuloksia, kun sitä tutkitaan eroja korostavasta perspektiivistä.

Ference Marton on kirjoittanut fenomenografiasta jo 1980-luvulla artikkelissa *Phenomenography: Describing conceptions of the world around us* (1981). Hän kertoo, että fenomenografia tuo esiin väitteitä siitä, millaisia käsityksiä ihmisillä on todellisuudesta ja pyrkii kuvaamaan, analysoimaan ja ymmärtämään kokemuksia (mts. 177-178).

Tarkoituksena on löytää ja jäsenellä ajattelutapoja, joilla ihmiset tulkitsevat todellisuutta - sen piirteitä, jotka ovat sosiaalisesti tärkeitä ja joiden ainakin oletetaan olevan yhteisiä tietyille yhteisölle. Pyrkimyksenä ei kuitenkaan ole ihmisten tai ihmisryhmien määrittelemineen. (Mts. 180) Fenomenografiassa käsitteellinen ja kokemuksellinen liittyvät yhteen. Maailmaa tarkastellaan sen kautta, mitä siitä ajatellaan. Kyse on sekä kulttuurisesta oppimisesta että yksilöllisistä tavoista suhtautua maailmaan. (Mts. 181) Fenomenografian piirissä kokemineen on jonkin asian ymmärtämistä ja tulkitsemistä (Ketola 2018:57).

Artikkelissa puhutaan kahdesta perspektiivistä (*first-order perspective* ja *second-order perspective*), joista ensimmäisessä pyritään kuvaamaan maailmaa ja toisessa ihmisten kokemuksia maailmasta (Marton 1981:177). Kyse on siis omassakin tutkimuksessani ennemmin siitä, mitä ihmiset ajattelevat esittelytekstistä verrattuna siihen, mikä esittelyteksti itse asiassa on. Todellisuus ja käsitys todellisuudesta -jakolinja ei ole itsestään selvä (mts. 178-179). Jotkut esimerkiksi ajattelevat, että heidän käsityksensä ilman muuta edustaa todellisuutta; toiset taas ovat avoimempia useille näkökulmille. Erilaisista taustoista johtuen voitaisiin argumentoida, etteivät käsitykset eri kulttuureita käsittelevissä tutkimuksissa edes koske samaa todellisuutta. (Mts. 179) Tämä viittaa siihen, että todellisuuskin on tulkintojen tuotosta.

Kaksi seikkaa puhuu sen puolesta, että pitäisi nimenomaan kysyä ihmisten käsityksistä. Ensinnäkin on jo sinänsä kiinnostavaa pelkästään selvittää ihmisten tapoja kokea, tulkita, ymmärtää, havainnoida tai jäsenellä todellisuutta. Tällaisen tiedon kerääminen on tärkeää. Toiseksi kuvailut, jotka tällä tavoin saavutamme, ovat autonomisia eli niitä ei voida päätellä

ensimmäisestä perspektiivistä tehdystä tutkimuksesta. Ihmisten käsitykset siis eroavat siitä, mitä tiedämme esimerkiksi tästä esittelytekstistä. Erilaisia ymmärtämisen tapoja ei fenomenografiassa nähdä yksilöiden ominaisuuksina vaan kuvailun kategorioina ('categories of description'). Samat kuvailun kategoriat ilmaantuvat erilaisissa tilanteissa. Näiden selkeiden kategorioiden olemassaolo viittaa yhteiseen älylliseen pohjaan ihmisten välillä. (Marton 1981:178, 177) Tässä tutkielmassa päädyin esimerkiksi kuvailun kategoriaan nimeltä ”positiivinen nostalgia”, johon sisältyviä vastauksia oli melko helppo tunnistaa aineistosta.

Museotekstin laatijan käsitystä voidaan kutsua auktorisoiduksi käsitykseksi, jota muiden käsitykset voivat mukailla tai sitten ne voivat erota siitä. Toivottavaa olisi, että tämä käsitys pohjaisi nykytieteeseen – joka itsessäänkin on neuvottelua erilaisten käsitysten välillä. (Marton 1981:185) Suomalaisessa kulttuurissakin tapahtuu vastaavaa väittelyä. Tästä esimerkkinä voisi toimia termi ”sisällissota”, joka on vasta vastikään vakiintunut ja jolla on tietyt, nyt ilmeisen yleisesti hyväksytyt konnotaatiot kyseisestä historian tapahtumasta.

On yleisesti huomattu, että ilmiöitä kuvattaessa voidaan usein nähdä melko rajattu määrä erilaisia tulkintoja kategorisoitaviksi (esim. koetaanko sana ”dead” liian neutraaliksi, liian lieväksi vai liian provosoivaksi ilmaisuksi). Yksityisen ja yleisen välillä voidaan nähdä se kokemusten joukko, jota kannattaa tutkia. (Marton 1981:181) Mitä ovat ne erilaiset käsitykset, joita ihmisillä on tästä aiheesta (mts. 188)? Fenomenografian tyypillisin piirre on se, että tutkimus pohjaa (elettyihin, koettuihin) käsityksiin eli ajatuksiin ja kokemuksiin. Näiden pohjalta myös tulokset summataan. Erilaiset käsitykset tutkittavista todellisuuden piirteistä esitellään kategorioina (mts. 188-189). Osassa tutkielmaani tämä tapahtuu grafiikoiden muodossa. Käsitysten keskinäisiin suhteisiin voidaan myös kiinnittää huomiota. Pelkästään erilaisten käsitysten listaamisen sijaan voimme paljastaa koetusta maailmasta erilaisia kerroksia. (Mts. 190)

Yleisin tietojen keräämisen tapa fenomenografisessa tutkimuksessa ovat henkilökohtaiset haastattelut (Ketola 2018:58). Tämä on aineiston keräämisen tapa myös tässä tutkielmassa. Suurin yksilöllisistä haastatteluista tietojen keräämisen metodina saatu etu on mahdollisuus saada haastateltavista kaikki irti esittämällä lisäkysymyksiä. Koska tutkija on laatinut kysymykset ja suorittaa haastattelut, vaikuttaa hänen läsnäolonsa tutkimustuloksiin. (Mts. 58-59) Ongelmana on lisäksi muun muassa se, että vastaajien kertomus ei välttämättä heijastele heidän todellista kokemustaan. He saattavat esimerkiksi sanoa sen, mitä olettavat tutkijan haluavan kuulla. (Mts. 60, 62) Tärkeää aineiston keruussa on löytää tasapaino sen välillä, että

kannustetaan vastaajia kertomaan asiasta mahdollisimman tarkkaan ja että he saavat itse artikuloida kokemuksensa ulottuvuudet (mts. 61-62). Tämä on otettu tässä tutkimuksessa kysymysten muotoilussa huomioon tuomalla esiin niitä ulottuvuuksia, joihin etsitään vastauksia, mutta pitämällä kysymykset suhteellisen avoimina. On kuitenkin vaikeaa ottaa huomioon kaikki mahdolliset ulottuvuudet, joilla kävijät tekstin kokevat. Kysymyksillä on luotu rajattu kehikko sille, mihin kokemuksen puoliin tässä tutkimuksessa keskitytään.

Monet ovat nimenneet fenomenografisen analyysin vaiheita. Tässä Alsopin ja Tompsettin (2006:247) versio fenomenografisen analyysin vaiheista, joista jokainen saattaa johtaa aiemman vaiheen uudelleen läpikäymiseen:

1. Jäsentynyt lukeminen: kaikkien kokemusten lukeminen ja uudelleen lukeminen useaan kertaan ilmiön avainpiirteiden tunnistamiseksi.
2. Vaihtelun tunnistaminen jokaisen piirteen kohdalla: olennaisten tapausten lukeminen mahdollisen vaihtelun tunnistamiseksi siinä tavassa, jolla ilmiö koetaan.
3. Kokemusten jäsenteleminen:
 - a) jakaminen eri tasoille, jos mahdollista ja
 - b) jakaminen ryhmiin hierarkkisesti rakentuneiksi tuloksiksi.

Jäsentyneen lukemisen vaiheessa tutkijan tulisi suhtautua aineistoonsa mahdollisimman objektiivisesti ja lukea tekstiä läpi ennen minkäänlaisten huomioiden tekemistä, jottei huomio kiinnittyisi epäolennaisuuksiin (Alsop & Tompsett 2006:247). Analyysin toisessa vaiheessa huomio siirtyy koko aineiston kattavista seikoista tiettyjen kysymysten ympärillä tapahtuvaan havaittuun vaihteluun. Kommentit, jotka eivät koske juuri sillä kertaa käsillä olevaa kysymystä, jätetään huomiotta. Sen jälkeen huomiotta jätetään toistuvat näkemykset, sillä fenomenografiassa ei ole tarkoituksena löytää normia (juuri näin asia on) vaan ennemmin raamit sille, miten eri tavoin asia voidaan kokea. (Mts. 248) Kolmannesta vaiheesta tuloksena on kuvailun kategorioita, joissa kokemuksilla ilmenee erilaisia suhteita keskenään. Eri tasoille jakaminen tarkoittaa sitä, että erilaisilla kokemuksilla voi olla yhteinen ylempi kokemuksen taso, esimerkiksi positiivinen tunne, joka alemmilla tasoilla sijoittuu muihin kategorioihin, kuten innostus tai nostalgia. (Mts. 249) Analyysi on valmis, kun kaikki aspektit ja niiden keskinäiset suhteet on analysoitu ja jäsennelty (mts. 251).

Sovellan näitä analyysiohjeita tutkielmassani joustavasti. Omassa tutkimuksessani on mahdollista kiinnittää huomiota myös vähemmän esillä oleviin seikkoihin, sillä se ei pyri rakentamaan ilmiöstä missään määrin kattavaa yleiskuvaa. Myös aineiston määrä

mahdollistaa vastausten käsittelemisen jopa yksittäin. On mielenkiintoista kertoa myös siitä, jos esimerkiksi jokin sana ilmaantuu huomattavan usein tiettyntyyppisillä vastaajilla eikä kertaakaan toisentyypisillä, eli huomioin myös toistuvat vastaukset.

Fenomenografia ei pyri pelkästään tuomaan esiin eriäviä merkityksiä, vaan myös asettelemaan ne loogiseen järjestykseen. Tästä syystä sitä on kritisoitu siitä, että tämä järjestys ei välttämättä nouse aineistosta vaan on ikään kuin tutkijan päälle liimaama. Lopputulos sisältää kuitenkin joka tapauksessa sekä tutkijan harkinnasta että itse aineistosta juontuvia piirteitä, mutta tutkijan osuutta voidaan häivyttää. Tulosten puristaminen liian tiukasti tiettyyn hierarkkiseen rakenteeseen voi johtaa siihen, että jotkin näkökulmat jäävät sen ulkopuolelle. Tulosten ei aina tarvitsekaan seurata lineaarista hierarkiaa, johon kaikki kuuluu, vaan on mahdollista muodostaa myös haarautuvia rakenteita tai hierarkioita. (Åkerlind 2005:329) Muuntelua voidaan esittää esimerkiksi alakategorioiden avulla tai aseteltuna janalle.

5.4 Fenomenografinen analyysi tälle aineistolle

Tässä alaluvussa kerron, miten fenomenografinen analyysini tämän tutkielman kohdalla eteni. Koska laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tulkinnalla on suuri rooli, on tärkeää kertoa, miten kyseiseen tulkintaan päädyttiin ja esittää datasta esimerkkejä tukemaan kutakin muodostunutta kuvailun kategoriaa (Ketola 2018:63). Käytin fenomenografista analyysia Werstaan kävijöiden haastatteluihin perustuvan aineiston analysoimiseen.

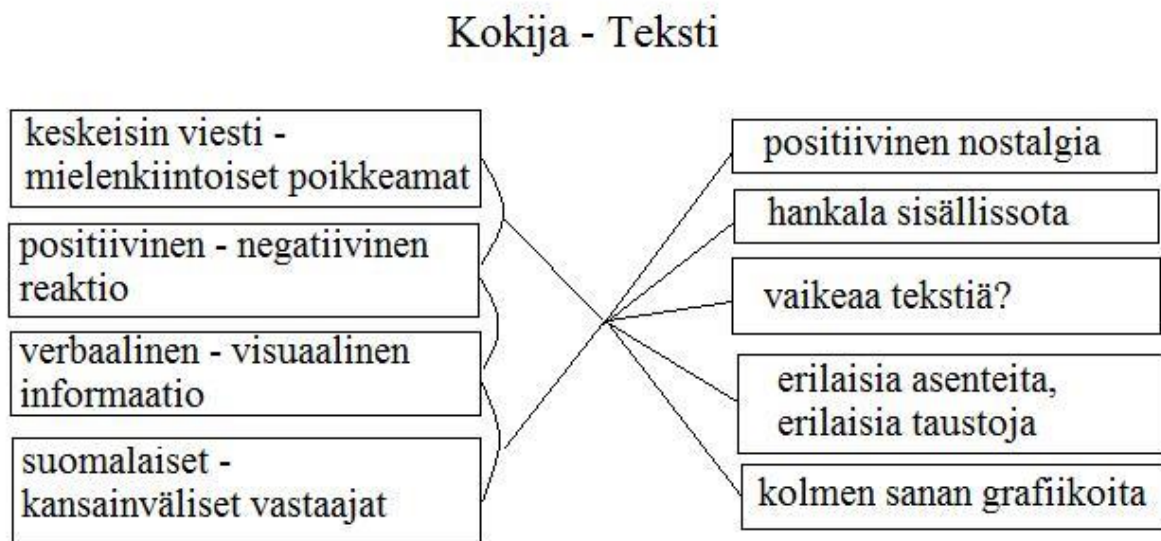
Aloitin lukemalla haastattelemalla kertyneen aineistoni moneen kertaan. Kuitenkin jo haastatteluhetkellä aineiston pikku hiljaa kertyessä alkoi hahmottua, millaisia piirteitä ihmiset nostivat esittelytekstistä esiin. Ensimmäinen alustava analyysi toteutettiin siis jo vastauksia kerätessä, mistä oli helppo jatkaa vaihtelun tunnistamisen kautta aineiston lukemiseen kunkin piirteen näkökulmasta. Haastatteluissa esimerkiksi nousivat esiin esittelytekstin herättämät positiivisen nostalgian tunteet lähinnä vastauksina kysymykseen ”Tuntuuko jokin (tekstissä) tutulta tai vieraalta? Positiivisessa vai negatiivisessa mielessä?”. Poimin vastauksista katkelmia, esimerkiksi (vastaajan ikä suluissa):

”Nostalgisessa mielessä tuttua” (61); ”Positiivinen kuva menneestä Suomesta”(54); ”Mummo tuli mieleen ostoleivästä, positiivisella tavalla” (25).

Näiden vastausten koin kuvaavan positiivista nostalgiaa, koska niissä suoraan mainittiin sana ”nostalgia”, tai viitattiin siihen sanoilla ”positiivinen” ja ”mennyt”. Myös koko vastauksen perusteella saattoi päätellä, mitä vastaaja kullakin sanavalinnallaan tarkoitti. Esimerkiksi eräs

vastaaja (60) kertoi, että kuvassa ei näytä olevan kovin suurta tavaramäärää, ja mainitsi myöhemmin, että oli positiivista, ettei (tekstissä tai tuohon aikaan) ollut ylimääräistä.

Vastausten variaation havainnoimisen kautta esiin nousi selkeitä teemoja. Toiset teemat ilmenivät vastauksissa useammin kuin toiset, mutta myös harvemmin ilmenevät näkökulmat olivat mielestäni valaisevia koskien tätä tutkielmaa. Fenomenografisessa analyysissä kokemukset pyritään jäsentelemään hierarkioiksi, mikä tuotti aluksi hieman päänvaivaa, sillä mietin, miten esimerkiksi ”positiivinen nostalgia” ja hankaluudet tekstin ymmärtämisessä liittyvät yhteen jonkin ylemmän tason kautta. Lopulta käsitin kyseessä kuitenkin olevan oma ajatusprosessini, joka todellakin rakentui hierarkian muotoisesti: kysymyksissä muotoillut kokemusten piirteet, joihin etsin vastausta, löysivät omat lokeronsa suhteessa toisiinsa. Lähtökohtana koko analyysille olivat tutkimuskysymykseni, lähinnä se, miten esittelyteksti koetaan. Seuraavassa kuviossa nimeän aineistosta nostamani kokemusten eri piirteet, jotka päätyivät osaksi analyysia.



Kuva 2. Fenomenografisen analyysin prosessi ja syntyneet kuvailun kategoriat. Kuva (c)
Laura Aro

Kokijan suhde tekstiin oli ajatushierarkiassa ensimmäisenä ja perustavanlaatuinen ajatus tutkielmani pohjalla. Tutkielmassani teksti peilautuu aina kokijaan ja kokija tekstiin. Kuvan kaksijakoisuus viittaa ajatusprosessiini jossa vasemmalla olevat perspektiivit olivat ensin. Luin aineistoa näistä kokemuksiin ja tekstiin liittyvistä perspektiiveistä käsin. Huomioni kiinnittyi siihen, miten usein mikäkin näkökulma aineistossa ilmeni. Lisäksi ajattelin kokemukseen keskeisesti liittyvän sen, oliko reaktio positiivinen vai negatiivinen. Koska

tutkielmani yksi osatekijä on multimodaalisuus, oli myös oleellista miettiä, mitkä vastauksista liittyivät verbaaliseen ja mitkä visuaaliseen esitettyyn informaatioon. Halusin verrata toisiinsa myös suomalaisten ja kansainvälisten vastaajien näkemyksiä. Kuvion kaarevat viivat ilmentävät sitä, että nämä analyysissa käytettyjen jakolinjojen (vasemmalla) tuottamat havainnot vertautuivat myös toisiinsa ennen kuin niistä jalostui alalukuja aineistoanalyysiini (oikealla). Pidin siis kaikki kuviossa vasemmalla näkyvät jakolinjat mielessäni kootessani alalukuja. Esimerkiksi ”vaikeaa tekstiä?” -alalukuun päädyin siten, että havaitsin aineistossa paljon tekstin ominaisuuksia käsitteleviä vastauksia, joissa usein reagoitiin negatiivisesti tekstin ongelmiin. Näin kommentoitiin sekä tekstin verbaalista että visuaalista puolta, sekä suomalaisten että kansainvälisten vastaajien toimesta.

Tähän kuvioon liittyen täytyy mainita, että oli myös neutraaleja reaktioita, visuaalisen ja verbaalisen yhdessä välittämää informaatiota ja niin edelleen. Jonkinlaisia rajanvetoja täytyy kuitenkin tehdä, jotta tulosten esittäminen järkevässä muodossa onnistuisi.

Fenomenografisen tutkimuksen tavoite on kuvata aineisto niin, että ryhmän kokemus kerrotaan siten kuin se oli, eikä mitään jää kertomatta (Ketola 2018:60; Marton & Booth 1997:125). On kuitenkin haastavaa löytää aineistosta kaikki oleellinen, sillä erilaisia perspektiivejä on loputtomasti. Martonin (1981:181) mukaan yksityisen ja yleisen välillä voidaan kuitenkin nähdä se kokemusten joukko, jota kannattaa tutkia. Ilmeisesti kukin määrittelee tämän rajalinjan omista lähtökohdistaan käsin.

Ehkä fenomenografisen analyysin hyödyntämisen anti tälle tutkielmalle oli lähinnä keskittyminen kokemusten eroavaisuuksiin: myös niiden äänten esille tuominen, jotka jäivät aineistossa yhteen tai kahteen mainintaan. Tähän liittyy myös sen ymmärtäminen, että jokin seikka voi olla ajattelun päälinjojen ulkopuolella ja silti tärkeä. Fenomenografia myös korostaa sitä, että keskitytään nimenomaan ihmisten kokemuksiin eli todellisuuden käsittämiseen sen kautta, kuinka muut sen käsittävät. Tärkeää oli myös tutkijan roolin ymmärtäminen ja se, että se on hyvä tuoda esiin tutkimuksessa; samoin kuin on suotavaa, että museot tuovat esiin näyttelynsä kokoamisen tavat. Tutkijan rooliin liittyy myös se olennainen havainto, että tulkinta voi olla päälle liimattu, ja erinäiset ilmiöt (kuten museotekstien genret) voidaan nähdä ennemmin janana, jossa tarkkarajaisten kategorioiden sijaan ilmiöt ja niiden piirteet sekoittuvat toisiinsa.

5.5 Tutkimuskysymykset

Tutkielmani päätutkimuskysymys on seuraava: miten Werstaan kävijät kokevat museon multimodaalisen esittelytekstin? Millaisia eroja kokemuksissa on, jos vastaajat ovat

- a) suomalaisia, jotka lukevat suomenkielisen tekstin,
- b) suomalaisia, jotka lukevat englanninkielisen käännöstekstin, tai
- c) ulkomailta tulevia, jotka myös lukevat englanninkielisen tekstin?

Millaisia mielikuvia esittelytekstin kuva/ulkomuoto vastaajissa herättää? Entä eroavatko nämä ensimmäiset mielikuvat niistä, jotka kävijöissä heräävät koko tekstin lukemisen jälkeen ja jos, niin miten?

Kokemuksella viitataan tässä siihen, miten vastaajat ylipäättään ymmärtävät esittelytekstin kuvan ja kirjoituksen sekä siihen, millaisia tunteita kuvan kokemiseen tai tiettyihin tekstin sisältöihin ja piirteisiin liittyy. Lähestyin kysymystä myös pyytämällä vastaajia luettelemaan kolme heidän mieleensä tulevaa sanaa heti, kun he olivat nähneet kuvan ja toisen kerran vielä lopuksi, kun he olivat lukeneet tekstin. Tässä tutkielmassa kyseiset sanat edustavat vastaajien mielikuvia kokoamissani grafiikoissa.

Käännöstieteen näkökulmasta toivon löytäväni ajatuksia siitä, miten tietyt käännösratkaisut vaikuttavat kokemuksiin ja mielikuviin. Multimodaalisuus liittyy olennaisesti kääntämiseenkin, ja kuvan ja sanan suhteesta saattaa paljastua jotakin mielenkiintoista. Mielikuvilla on tärkeä rooli myös matkailussa - voimme ajatella museokokemuksen olevan matkailukokemus erityisesti kansainvälisten vastaajieni näkökulmasta. Museo valikoituikin tutkielman toteutuspaikaksi osin tästä syystä – minua kiinnosti yhdistää matkailua ja käännöstiedettä. Lisäksi museot ovat julkisia ”kulttuurin kehtoja”, joten niissä valikoitu kulttuuri kohtaa suuren joukon tavallisia ihmisiä.

Museoissa kääntämistä on vasta viime aikoina alettu tutkia enemmänkin. Tutkielmani sivuaa sitä, mikä määrittelee museokävijän kannalta laadukkaan käännöksen ja kokemuksen. Lisäksi tutkielma voi antaa viitteitä siitä, missä määrin museotekstien laatijan intentiot ja vastaanottajien näkemykset kohtaavat. Tutkielma keskittyy Werstaan yksittäistapaukseen sekä 20 satunnaisen kävijän vastauksiin liittyen yhteen esittelytekstiin, eikä sen tarkoituksena ole niinkään päätyä mihinkään objektiiviseen totuuteen kuin luoda pohjaa keskustelulle liittyen museon multimodaalisten käännöstekstien vastaanottamiseen. Näin juuri tämän

tutkimuksen tekohetkellä tavoittamani museokävijät vastasivat, ja tässä tutkielmassa pyrin esittelemään monipuolisesti näiden vastausten sisältöä.

Vastaanottajien näkökulman tutkiminen on tärkeää, koska mielipiteet muuttuvat koko ajan ja vaikuttavat siihen, millaisia käännöksiä tarvitaan (Sturge 2007:122). Kuvaa ja sanaa on tässä luontevaa tutkia molempia, sillä ne vaikuttavat toisiinsa ja vastaanottajaan monin tavoin myös museokontekstissa. Kuvan ja äänen havaitseminen ja niiden vaikutuksien pohtiminen kääntämisen yhteydessä on nykymaailmassa olennaisen tärkeää. Medialukutaitoa kehittämällä opitaan tulkitsemaan sellaisiakin asioita, jotka on aiemmin saatettu sivuuttaa ohimennen. (Oittinen 2007:66) Tarvitaan aloituksia, joissa ilmiöitä lähestytään erilaisista näkökulmista. Ne saattavat myöhemmin johtaa uusiin, perusteellisempiin tutkimuksiin.

6 TEKSTISTÄ KOKEMUKSEKSI

Tässä luvussa esittelen analyysini tulokset. Aloitan analysoimalla valitsemaani esittelytekstiä kuva- sisältö- ja sanatasolla. Tämä toimii lähtökohtana myöhemmälle analyysille, jossa ensin perehdyn aineistosta esiin nouseviin teemoihin temaattisessa järjestyksessä – esillä on tunteita, ymmärtämiseen liittyviä seikkoja ja kokemuksia museoiden ja kääntämisen näkökulmista. Sitten esittelen mielikuvia edustavia sanoja grafiikoiden muodossa ja pohdin niiden yleisyyksiä sekä yhteyksiä toisiinsa.

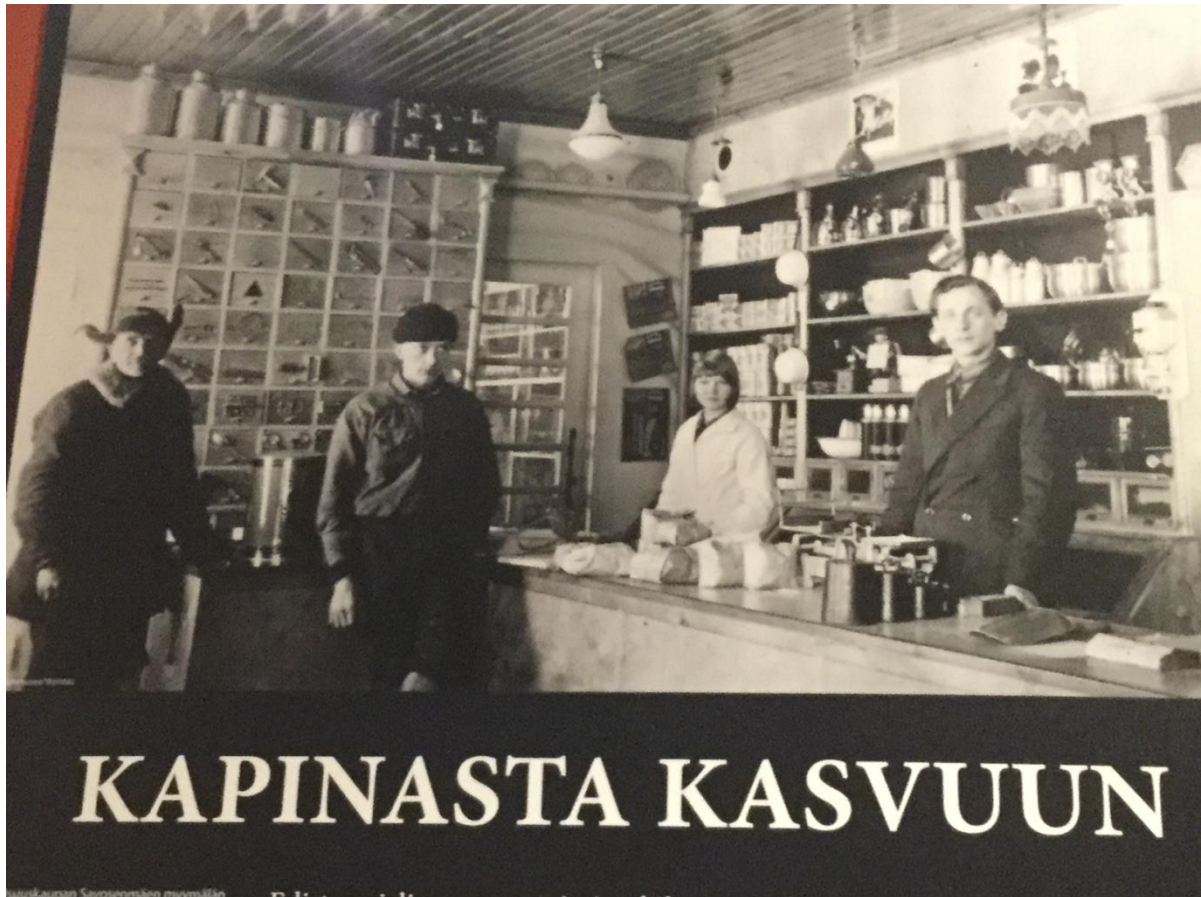
6.1 Kapinasta kasvuun esittelyteksti

Kapinasta kasvuun, englanniksi ”From rebellion to growth”, oli yksi esittelyteksti

Työväenmuseo Werstaan vaihtuvassa näyttelyssä nimeltä Oman liikkeen leivissä. Näyttely kertoi suomalaisen kulutusyhteiskunnan ja edistysmielisen osuustoimintaliikkeen historiasta.

Esittelyplakaatti on kokonaisuudessaan mustavalkoinen, vaikka ympäröivä muu näyttely olikin melko värikäs – seinä tekstin takana kirkkaanoranssi (kuva 1). Noin kolmasosan tekstistä vie mustavalkovalokuva esittelyn yläreunassa, keskellä on noin kolmasosan vievä suomenkielinen informaatio ja alareunassa taas noin kolmasosan vievät englanninkielinen ja ruotsinkielinen käännös.

Valokuvassa (kuva 3) on neljä henkilöahmoa, joista kaksi seisoo oikealla tiskin takana ja kaksi sen edessä. Toinen oikealla olevista on valkoisiin pukeutunut nainen, miesten asut ovat tummanpuhuvia. Kuva sijoittuu kuvatekstin mukaan Mäntän Osuuskaupan myymälään 1920- ja 30-lukujen taitteeseen. Kolme henkilöä katsoo suoraan kameraan, toinen asiakkaista jonnekin ylöspäin. Hänellä on päässään pipo, toisella asiakkaalla karvalakki. Katsekontaktilla luodaan henkilökohtaista sidettä katsojan ja kuvattujen välille – tässä ilmenee tekstin interpersonaalinen metafunktio (Kress & van Leeuwen 2006:41- 42). Poispäin suuntautuvan katseen voisi tulkita epäluottamukseksi tai ihan vain ujoudeksi. Henkilöiden kädet ovat sivuilla, eivät esimerkiksi ristissä – tämä kehonkieli tekee heistä helpommin lähestyttäviä. Toisaalta ilmeet ovat vakavia, eikä yksikään henkilöistä hymyile. Tiskin ja asiakkaiden takana on hyllyköitä täynnä kaikenlaista tavaraa. On kattilaa ja kippoa. Myös tiskillä on muun muassa valkoisia paketteja. Toisen hyllykön esineet ovat piilossa vedettävissä laatikoissa. Katosta riippuu neljä erilaista lamppua, joista yhdessä on aikakaudelle tyypillinen helmikoristelu.

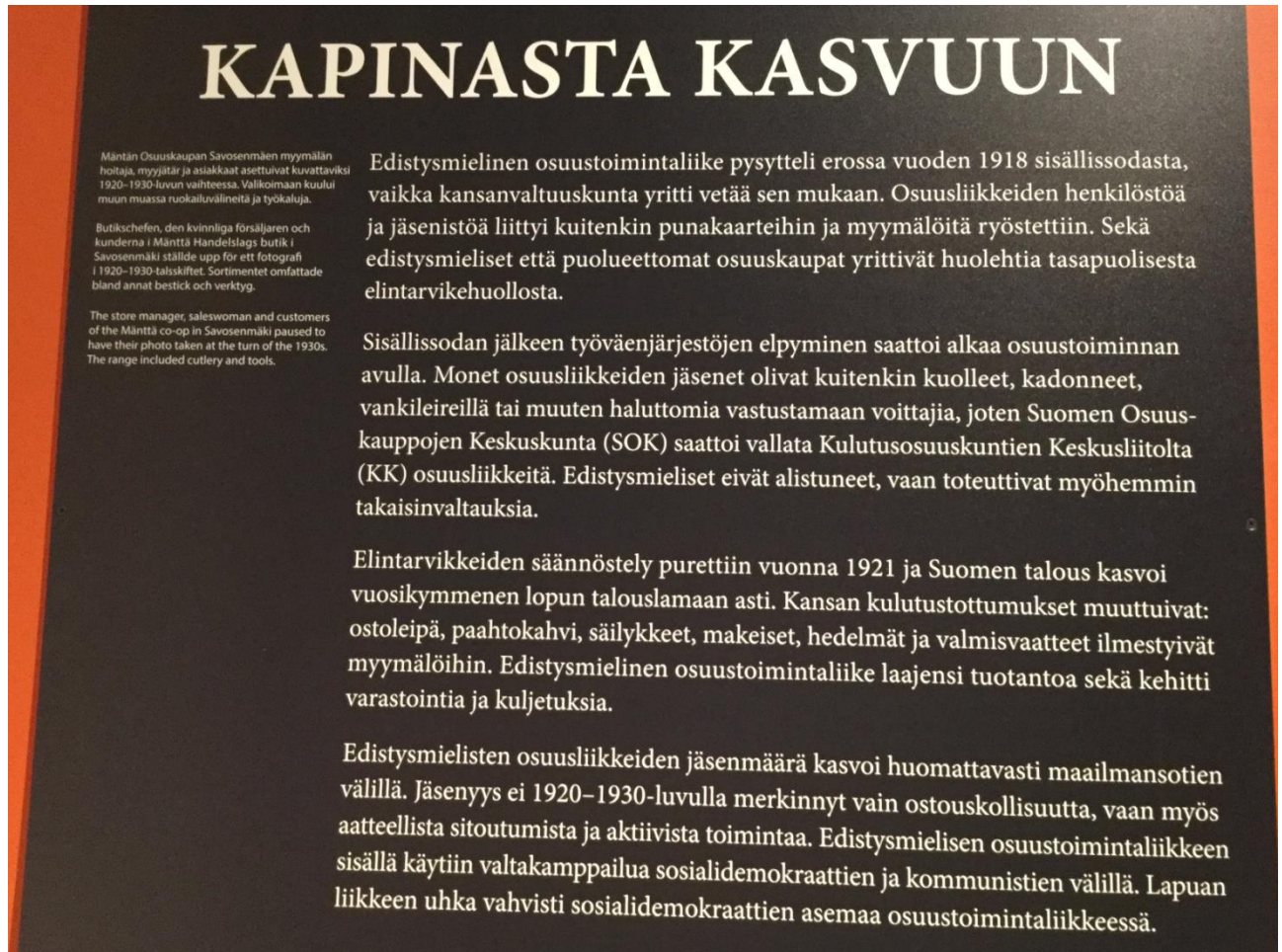


Kuva 3. Kapinasta kasvuun esittelytekstin kuva. Kuva (c) Laura Aro

Kirjallinen osio (kuva 4) kuvaa edistysmielisen osuustoimintaliikkeen vaiheita sisällissodan ajalta 1930 -luvulle. Teksti käsittelee vaikeita asioita, mutta kertoo lopulta perinteistä tarinaa nimeltä vaikeuksista voittoon. Talous kasvaa, osuustoimintaliike kehittyy ja Lapuan liikekin vain vahvistaa sosiaalidemokraattien asemaa. Teksti on modernia suomen kieltä, asiallista ja toisinaan hieman taustatietoja vaativaa: siinä ei esimerkiksi selitetä, mikä on konkreettinen ero ”edistysmielisen” ja ”puolueettoman” osuuskaupan välillä. Jotkin valituista sanoista ovat sellaisia, että ne eivät heti aukea nykyajan kansalaiselle, esimerkiksi ”ostoleipä” avautui itselleni kunnolla vasta luettuani sen englanninkielisen käännöksen ”commercial bread”. Viimeinen lause ”Lapuan liikkeen uhka vahvisti sosiaalidemokraattien asemaa osuustoimintaliikkeessä” jää hämäräksi, jos ei tiedä, mikä on Lapuan liike, millainen puolue ovat sosiaalidemokraatit tai miten osuustoimintaliike toimii (tosin luulen, että ainakin osuustoimintaliike on tullut tutuksi näyttelyn aikana).

Englanninnoksessa (kuva 5) on käytetty sekä suoraa että kuvailevaa käännöstä. ”Punakaartit” on käännetty suoraan ”the Red Guards”, mutta ”Lapuan liike” on saanut seurakseen selityksen: ”the radical ultra-nationalist Lapua Movement”. Tekstiä on siis muokattu

kohdeyleisön mukaan, ja siihen on lisätty informaatiota, jonka ajatellaan olevan oleellista tälle englantia lukevalle kohdeyleisölle (Neather 2008:238). Myös käännöksen kieli on modernia ja asiallista. Jotkin sanat saattavat olla vaikeita niille, joiden englannin kielen taito ei ole vaaditulla tasolla, esimerkiksi ”looting”, ”impartial” tai ”recession”.



KAPINASTA KASVUUN

Mäntän Osuuskunnan Savosenmäen myymälän hoitaja, myyjätär ja asiakkaat asettuivat kuvattaviksi 1920-1930-luvun vaihteessa. Valikoimaan kuului muun muassa ruokailuvälineitä ja työkaluja.

Butikschefen, den kvinnliga försäljaren och kunderna i Mänttä Handelslags butik i Savosenmäki ställde upp för ett fotografi i 1920-1930-talsskiftet. Sortimentet omfattade bland annat bestick och verktyg.

The store manager, saleswoman and customers of the Mänttä co-op in Savosenmäki paused to have their photo taken at the turn of the 1930s. The range included cutlery and tools.

Edistysmielinen osuustoimintaliike pysytteli erossa vuoden 1918 sisällissodasta, vaikka kansanvaltuuskunta yritti vetää sen mukaan. Osuusliikkeiden henkilöstöä ja jäsenistöä liittyi kuitenkin punakaarteihin ja myymälöitä ryöstettiin. Sekä edistysmieliset että puolueettomat osuuskaupat yrittivät huolehtia tasapuolisesta elintarvikehuollosta.

Sisällissodan jälkeen työväenjärjestöjen elpyminen saattoi alkaa osuustoiminnan avulla. Monet osuusliikkeiden jäsenet olivat kuitenkin kuolleet, kadonneet, vankileireillä tai muuten haluttomia vastustamaan voittajia, joten Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK) saattoi vallata Kulutusosuuskuntien Keskusliitolta (KK) osuusliikkeitä. Edistysmieliset eivät alistuneet, vaan toteuttivat myöhemmin takaisinvaltauksia.

Elintarvikkeiden säännöstely purettiin vuonna 1921 ja Suomen talous kasvoi vuosikymmenen lopun talouslamaan asti. Kansan kulutustottumukset muuttuivat: ostoleipä, paahtokahvi, säilykkeet, makeiset, hedelmät ja valmisvaatteet ilmestyivät myymälöihin. Edistysmielinen osuustoimintaliike laajensi tuotantoa sekä kehitti varastointia ja kuljetuksia.

Edistysmielisten osuusliikkeiden jäsenmäärä kasvoi huomattavasti maailmansotien välillä. Jäsenyys ei 1920-1930-luvulla merkinnyt vain ostouskollisuutta, vaan myös aatteellista sitoutumista ja aktiivista toimintaa. Edistysmielisen osuustoimintaliikkeen sisällä käytiin valtakamppailua sosialidemokraattien ja kommunistien välillä. Lapuan liikkeen uhka vahvisti sosialidemokraattien asemaa osuustoimintaliikkeessä.

Kuva 4. Suomenkielinen teksti. Kuva (c) Laura Aro

FROM REBELLION TO GROWTH

The progressive cooperative movement stayed clear of the Finnish Civil War of 1918 despite the efforts of the Finnish People's Delegation. Some of its staff and members did, however, join the Red Guards, and some stores faced looting. Both the progressive and the neutral co-ops tried to secure impartial food distribution.

After the Civil War, the cooperative movement helped workers' organisations to slowly recover. With many members dead, missing, imprisoned or otherwise unwilling to stand up to the winners, the Finnish Co-operative Wholesale Society SOK was able to take over co-ops previously governed by the Cooperative Union KK. The Progressives did not submit, however, and were later able to recover some of the businesses.

Food rationing ended in 1921 and the Finnish economy took an upward turn until the recession at the end of the decade. People's consumption habits changed: commercial bread, roasted coffee, canned food, sweets, fruit and ready-to-wear clothes appeared in stores. The progressive cooperative movement expanded its manufacturing capabilities and developed storage and transport systems.

The number of progressive co-op members swelled between the world wars. In the 1920s and 1930s, membership not only translated into purchase loyalty, but also ideological commitment and active involvement. Within the movement this period witnessed a power struggle between the Social Democrats and the Communists. The position of the former was strengthened by the threat of the radical ultra-nationalist Lapua Movement.

Kuva 5. Englanninkielinen teksti. Kuva (c) Laura Aro

Käännöksessä katoaa suomenkielisen otsikon alkusointu ”Kapinasta kasvuun”. Lauseita ei ole käännetty sana sanalta, vaan asiakokonaisuuksittain: esimerkiksi ”vaikka kansanvaltuuskunta

yritytti vetää sen mukanaan” kääntyy ”despite the efforts of the Finnish People’s Delegation”. Käännöksestä löytyy toistoa sanatasolla, jota ei suomenkielisessä tekstissä ole: lauseet ”jäsenistöä liittyi kuitenkin punakaarteihin” ja ”edistysmieliset eivät alistuneet, vaan--” oli käännetty muotoihin ”members did, however, join the Red Guards” ja ”the Progressives did not submit, however, and--”. ”Did, however” osui silmiini ensimmäisen lauseen kohdalla siitäkin syystä, että mielestäni englanninnos korostaa enemmän sen yllätyksellisyyttä, että jotkut liikkeen jäsenistä ylipäättään liittyivät punakaarteihin.

Esittelyssä on myös kuvateksti, mutta se ei suoranaisesti ollut osa aineistoani siinä mielessä, että en pyytänyt vastaajia lukemaan sitä. Jotkut tekivät niin tästä huolimatta, ja kiinnittivät huomiota muun muassa siinä mainittuun paikkakuntaan Mänttään. Kuvatekstistä selvisi myös kuvan ottamisen tarkempi ajankohta. Kuvan ottajan nimeä siinä ei kuitenkaan mainita. Myös kuvateksti oli käännetty ensin ruotsiksi ja sitten englanniksi.

Esittelytekstin kielelliset ja kuvalliset elementit ovat väistämättä vuorovaikutussuhteessa keskenään. Otsikossa on käytetty melko suurta fonttia suhteessa leipätekstiin, jolloin se erottuu katsojalle ensimmäisenä samalla kuin kuvakin. Katsomalla pelkkää kuvaa tai kuvaa ja otsikkoa katsojalle ei välttämättä selviä, että tekstissä on kyse myös sisällissodasta, varsinkin kun vuosiluvun esittävä kuvateksti on hyvin pienellä fontilla. Verbaalisessa osiossa kuitenkin puhutaan suoraan sisällissodasta, punaisista ja valkoisista. Tekstin lukemisen jälkeen voi kuva alkaa näyttää siltä, että sen elementit on järjestelty siten, että tiskin edessä seisovat asiakkaat edustavat punaista työväenluokkaa ja tiskin takana seisovat myyjät valkoisia voittajia. Kuvassa kumpaakaan sodan osapuolta ei ole häivytetty. (Kress & van Leeuwen 2006:43,46) Kummallakin puolella tiskiä esiintyy ihmisiä, joista kolme neljästä vieläpä katsoo kameraan ja sitä kautta museokävijää silmiin. Silmiin katsominen herättää luottamusta, niin kuin herättää valokuvakin, jonka koemme esittävän kohteen sellaisena, kuin se on (Seppänen 2001:179).

Samalla kun kuva ideationaalisen metafunktion mukaan representoi maailmaa itsensä ulkopuolella, se representoi myös objektien välisiä suhteita. Kun otetaan mukaan interpersonaalinen metafunktion, jossa syntyy suhde katsojan ja kuvan esittämän välillä, syntyy tilanne, jossa tämä vuorovaikutuksen tapa (vakavat ilmeet, suoraan kameraan) synnyttää tekstissä uusia ideationaalisia merkityksiä, jotka joka tapauksessa tapahtuvat tekstin ja katsojan välillä eli liittyvät siihen, kuinka katsoja tekstin ymmärtää. Vakavat ilmeetkin voidaan kuitenkin kokea usein eri tavoin, jolloin on verbaalisen tekstin tehtävä täsmentää,

minkä sorttisesta vakavuudesta on kyse ja mihin liittyen (Neather 2008:221). On ymmärrettävää, että kielellisessä viestissä esimerkiksi punakaarteihin liittyminen oli ilmaistu keveähkösti, sillä esittelytekstin kuva vakavuudessaan olisi voimakkaampiin ilmauksiin liitettynä saattanut viedä kokonaisviestiä liian epämiellyttävään suuntaan. Tekstiä oli siis muokattu oikeanlaisen interpersonaalisen vaikutuksen ja ideotiaanalaisen merkityksen välittämiseksi; tässä kyse on tekstuaalisesta metafunktiosta. (Kress & van Leeuwen 2006:41-42; Borodo 2015:24)

Näyttelyn aihe eli osuustoimintaliikkeen historia sekä sen nimi ”Oman liikkeen leivissä” muodostavat syntagmaattisen yhteyden esittelytekstin kuvan, jossa selkeästi esiintyy kauppa, sekä kielellisen osion kanssa, jossa kerrotaan osuustoimintaliikkeen roolista suhteessa sisällissotaan ja jopa mainitaan sana ”leipä”. Tällaisten syntagmaattisten yhteyksien vahvistaminen tekee eri merkkien tulkinnallisista yhteyksistä selkeämpiä. (Neather 2008:228, 238). Vaikka kuva on mustavalkoinen ja vakava, on muu näyttely visuaaliselta ilmeeltään värikkään optimistinen. Kun vielä otsikko ilmoittaa kyseessä olevan ajanjakson, jolloin Suomi nousi ”kapinasta kasvuun”, voi vakavuuden ja värikkyyden välinen ristiriita herättää uteliaisuuden perehtyä myös pienemmällä fontilla kirjoitettuun tekstiin. Perehtymättä muihin näyttelyn teksteihin voi kävijä näistäkin palasista muodostaa synekdokee –tulkinnan (Neather 2008) eli museon erilaisista teksteistä muodostuvan kokonaisen kulttuurisen merkityksen, jossa osuuskauppaliike esiintyy sankarina sisällissodan jälkeisessä Suomessa. Toki voi olla, että tähän tulkintaan johtanut päättelyketju on sittenkin muodostunut liian vähäisistä palasista (sen ulkopuolelle ovat jääneet muun muassa museon muut esittelytekstit) ja on siten eri kuin näyttelyn kokoajien tarkoittama tai ainakin osittain vajavainen.

6.2 Vastaajien huomioita ja kokemuksia

Seuraavissa alaluvuissa raportoin edellä kuvaamastani tekstistä vastaajien keskuudessa heränneitä ajatuksia ja kokemuksia, jotka muodostavat tutkielmani varsinaisen aineiston. Vastauksia referoidessani ilmaisen suluissa vastaajan iän sekä kotimaan, mikäli se on eri kuin Suomi.

6.2.1 Positiivinen nostalgia

Aineistossa esiintyi runsaasti positiivisia muistoja ja muuta nostalgiaa liittyen esittelytekstin kuvaamiin asioihin. Työväenmuseo Werstas kertoo nettisivuillaan, että se pyrkii näyttelyissään ”ennen muuta myönteisen nostalgiseen kokemukseen” (Työväenmuseo Werstas). Keräämieni vastausten perusteella tämä toteutuu oikein hyvinkin ainakin juuri

tämän esittelytekstin tapauksessa. Erityisesti esittelytekstin kuva ja tekstin osio, jossa luetellaan vanhanaikaisia kulutustavaroita, nousivat esiin positiivisen nostalgian yhteydessä eli herättivät miellyttäviä ja tuttuja mielikuvia menneisyydestä. Vedenpitävästi ei voi sanoa, kuinka moni 20 vastaajasta koki tilanteessa positiivista nostalgiaa, mutta ainakin 14:tä vastauksesta löytyi selkeästi siihen viittaavia näkökulmia.

Esittelytekstin kulutustavaroita esittelevä lause kuuluu näin: ”Kansan kulutustottumukset muuttuivat: ostoleipä, paahtokahvi, säilykkeet, makeiset, hedelmät ja valmisvaatteet ilmestyivät myymälöihin.” Vastauksissa viitattiin suoraan tähän tekstinpätkään:

”Mummo tuli mieleen ostoleivästä, positiivisella tavalla.” (25)

”Oman äidin menneisyys, kulutustottumuksia -luettelo sympaattisin konkretiassaan.” (50)

”Ostoleipä” -sana voidaan nähdä perinteeseen kuuluvana resurssina. Jotkin kielen piirteet voivat säilyä käytössä vain siksi, että niillä on merkitystä nostalgisessa, viehättävän kummallisessa tai eksoottisessa mielessä, josta turistit ja paikalliset pääsevät nauttimaan. (Hall-Lew & Lew 2014:340, 338) Ostoleivän voisi ajatella olevan nykyajan henkilölle sopivan tuttu historian kautta – miellyttävän vieras. Jälkimmäisen vastaajan mainitsema konkretia oli läsnä monissa vastauksissa, joissa huomiota kiinnittivät erityisesti vanhat esineet. Muun muassa maitohinkit, kattilat ja karvalakki mainittiin.

Monissa vastauksissa esiin nousi myös näkemys, että ennen oli paremmin:

”Nostalgisessa mielessä tuttua, myyjänä olen ollut kaupan alalla 40 vuotta. Silloin oli palvelua, henkilökohtaisempaa. (Herää) positiivisia mielikuvia sekatavarakaupasta mistä saa lähes kaiken. Ei tultu shoppailemaan vaan hankittiin se mitä tarvittiin.” (61)

”Lapsuus – positiivinen kuva menneestä Suomesta. Tällaista se on ennen ollut.” (54)

”Muistan itse lapsena kun kävi, oli tiskin takana kaikki tavarat. Ei ylimääräistä, mikä oli positiivinen asia.” (60)

Edelliset vastaukset ovat saattaneet liittyä sekä tekstin kirjalliseen osioon että kuvaan, sillä esitin kysymyksen muodossa ”Voit katsoa tekstiä ja kuvaa uudelleen. Tuntuuko jokin niissä tutulta tai vieraalta? Positiivisessa vai negatiivisessa mielessä?” Seuraava nuoren vastaajan tuttuuden kokemus taas liittyy selkeästi kuvaan, mutta en ole varma sen positiivisuudesta tai nostalgisuudesta:

”Vasemmalla vanha äijä tuntuu siltä, että tunnen hänet.” (24)

Fenomenografisesti ajatellen kyseinen vastaus sijoittuisi juurikin sellaisen aineiston piiriin, joka ei luontevasti asetu suoraan yläkategoriaan, mutta liippaa sen verran läheltä, että sen voidaan ajatella tuovan tuloksiin jotakin uutta. Nostalgisen tunteen aiheuttaja voi olla myös tutunoloinen ihminen; tämän todistavat myös vastaajien viittaukset äiteihin ja isoäiteihin.

Englanninkielisen tekstin lukeneista viidestä suomalaisvastaajasta vain kaksi mainitsi positiiviseen nostalgiaan kuuluviksi laskettavissa olevia asioita, ja heidänkin vastauksensa olivat vähemmän tunnepitoisia kuin suomenkielistä tekstiä lukeneilla:

”Sadan vuoden aikana taloudellinen kasvu ollut liiallistakin.” (49)

”Tuttua (ovat) esineet, vaikka kuva on varmaan minua vanhempi, mutta tunnistan maitohinkit ja kattilat.” (60)

Myös kansainväliset vastaajat kokivat positiivista nostalgiaa, vaikka kyse on Suomen historiasta.

“The shop looks familiar, similar to those in England from this period. Interesting, kind of interesting to see the products that became more available.” (31, Iso-Britannia)

“Same as grocery in France in those days.” (43, Ranska)

Eräs suomalaisista vastaajista innostui tarinoimaan muistoistaan enemmänkin; koin, että tutkijan lisäksi olin äkkiä nuoremman sukupolven edustajan roolissa, jakamassa henkilökohtaistakin historiaa:

Olen tamperelainen monen polven takaa, olen kokenut nämä aivan ihanat sekatarvarakaupat, jauholaarit ja puntarit joilla kaikki punnittiin. Kuva herättää lapsuuden muistoja. Tampereella oli paljon näitä kauppvoja. Lamppu muistuttaa mummoni helmistä tehtyjä lamppuja. Ne olivat kalliitakin, eikä niihin ollut kaikilla varaa. Mummoni ompeli paljon, sai siitä elämiseen varaa. (Minulla on) pelkkiä positiivisia muistoja lapsuudesta - työläiskaupunginosa Amuri, kaikki olivat Finlaysonilla töissä. Kalevassa (jossa itse asuin) oli -46 jo kerrostalot ja sisä vessat. Vanhempani eivät olleet politiikassa tai kommunismissa mukana ollenkaan. (71)

Edellä olevan vastaajan tavoin lapsuusmuistoista puhui moni muukin vastaaja, kaikki heistä lukivat suomenkielisen tekstin. Mielenkiintoista edellä olevassa vastauksessa on sekin, että henkilö mainitsee helmistä tehdyn lampun ainoana kaikista vastaajista, vaikka kuvassa se on hyvin näkyvissä. Hän osasi kiinnittää tähän esineeseen huomiota, sillä hänellä oli vahva positiivisen nostalginen muisto siitä. Hän myös puhuu ”aivan ihanista” sekatarvarakaupoista vielä senkin jälkeen, kun on lukenut tekstiä sisällissodasta. Näin positiivinen suhtautuminen saattaa johtua osittain siitä, että hän kertoo, etteivät hänen vanhempansa olleet ”ollenkaan

mukana politiikassa tai kommunismissa”. Sisällissota ei siis näyttänyt herättävän hänessä kovinkaan vahvoja tunteita.

6.2.2 Hankala sisällissota

Teksti puhuu vuoden 1918 tapahtumista termillä ”sisällissota”, ”the Finnish Civil War”.

Wesrtas pyrkii nettisivujensa mukaan ”antamaan äänen niille, joilta se on aiemmin puuttunut”, minkä voisi ajatella laajempaan pyrkimyksenä tasapuoliseen ja reiluun kuvaukseen myös sisällissodasta. Mutta kuten arvata saattaa, tämä asia aiheuttaa vahvoja tunnereaktioita vielä nykyäänkin. Yksi vastaaja jäi kaipaamaan tuota työväen ääntä:

”Viimeisessä kappaleessa osuuskaupan jäsenistä ja kasvusta puhutaan aatteesta liian vähäsen. Nimenomaan työväenaatteesta”. (60)

Sisällissotaa käsitellään tekstissä muun muassa näin: ”Sisällissodan jälkeen työväenjärjestöjen elpyminen saattoi alkaa osuustoiminnan avulla. Monet osuusliikkeiden jäsenet olivat kuitenkin kuolleet, kadonneet, vankileireillä tai muuten haluttomia vastustamaan voittajia—” ja englanniksi ”After the Civil War, the cooperative movement helped workers’ organisations to slowly recover. With many members dead, missing, imprisoned or otherwise unwilling to stand up to the winners—”.

Niinkin neutraali sana kuin ”dead” aiheutti eräässä vastaajista närää (hän siis luki pyynnöstäni englanninkielistä tekstiä):

”Hieman lievästi sanottu (tuo) ”olivat kuolleet”, monethan oli murhattu.” (60)

Toinen vastaaja ilmoitti poliittisen näkemyksen häiritsevän, ”vaikka tosiasia varmaan onkin”. (54) Suurin osa suomalaisista tietää sisällissodan raakuuksista. Kansainväliseltä lukijalta tämä saattaa jäädä pimentoon – tekstissä raakuuksia pyritään häivyttämään esimerkiksi jättämällä tarkemmin mainitsematta, kenen toimesta osuusliikkeiden jäsenet ”olivat kuolleet” tai vain ”kadonneet”.

Termi ”sisällissota” ei herättänyt minkäänlaista vastustusta, eikä vastaajista kukaan viitannut vuoden 1918 tapahtumien nimeämisestä käytyyn pitkään keskusteluun, jossa ovat vaihdelleet muun muassa termit ”vapaussesta” ja ”kansalaissota”. Tämä tuntuu viittaavan siihen, että tapahtumista nykyään käytetty termi ”sisällissota” on todellakin saavuttanut yleisen hyväksynnän. Se, että Werstas käyttää juuri tätä termiä, kertoo museon sitoutumisesta tämänhetkisessä keskustelussa vallitsevaan näkemykseen.

Tieteen ääni, jota Työväenmuseokin edustaa, pyrkii objektiivisuuteen (tai ainakin sillä on objektiivisuuden aura (Sturge 2007:130)). Museoilla on taipumus syntetisoida kuraattorien näkökulmia neutraalilta kuulostaviksi, persoonattomiksi ja anonyymeiksi kommenteiksi (Sturge 2007:159-160). Jos asia on tarpeeksi tulenarka, se näyttää herättävän eriäviä mielipiteitä huolimatta siitä, kuinka puolueettomana museo pyrkii esiintymään, ja anonyymitkin kommentit saattavat ärsyttää. Edellä puhutun valossa näyttää siltä, että objektiivisuutta joihinkin asioihin liittyen on vaikea saavuttaa. Werstaan teksti käyttää neutraaleja sanavalintoja, mutta neutraaliudessaan se tulee korostaneeksi voittajien näkökulmaa häivyttämällä heidän persoonansa ja siten tekonsa. Vaikka tarkoituksena olisi perspektiivi, jossa kaikki on hyvin, vastaanottaja ei välttämättä nielaise tätä näkemystä noin vain.

6.2.3 Vaikeaa tekstiä?

Seuraavaksi perehdyn siihen, minkä vastaajat kokivat tekstissä lukukokemustaan häiritseväksi ja mikä tekstissä oli heidän mielestään erityisen ilahduttavaa. Monet keskittyivät tekstin ongelmien korjaamiseen, niin kuin kysymyksessä itse ohjeistin. Enimmäkseen vastaajat kuitenkin kokivat ymmärtävänsä tekstin esittämän asian ainakin pääpiirteissään huolimatta joistakin vaikeuksista.

Vastaajat kommentoivat tekstin verbaalisen osion lisäksi sen kuvallista puolta, vaikka itse kysymyksessä puhuttiin kielenkäytöstä. Teksti onkin ennen muuta multimodaalinen kokonaisuus, jossa huomio kiinnittyy kaikkiin sen sisältämiin merkkijärjestelmiin. Suurin osa näistä kommenteista oli vastauksia kysymykseen:

-Samalla kun luet, kiinnitä huomiota kielenkäyttöön. Töksähtääkö teksti jossain kohtaa? Onko jokin asia mielestäsi erityisen hyvin kerrottu?

Matkailussa sillä, kuinka sujuvasti palveluntarjoaja pystyy kommunikoimaan turistien kanssa, voi olla suora taloudellinen vaikutus (Hall-Lew & Lew 2014:336). Kielen tulisi siis olla selkeää ja ymmärrettävää, jotta kävijän kokemus olisi mahdollisimman onnistunut. Jos verbaalinen informaatio on huonosti kirjoitettu ja koottu, se asettaa tulkinnalle rajoituksia, jolloin kokonaiskuvan muodostaminen vaikeutuu, tulkinta häiriintyy ja kävijä turhautuu (Neather 2008:223).

Vastauksissa tämä teksti nähtiin toisaalta lyhyenä, ytimekkäänä ja selkeänä, ja toisaalta siinä kerrottiin olevan myös ongelmia. Joidenkin lauseiden koettiin olevan liian pitkiä tai muuten epämääräisiä:

”Monet osuusliikkeen jäsenet olivat joko kuolleet, kadonneet, vankileireillä tai muuten haluttomia vastustamaan voittajia, joten Suomen osuuskauppojen keskuskunta SOK---’ on liian pitkä lause ja luettelo, ehtii hukata ajatuksen. Sain tolkkua.” (24)

”Sisällissodan jälkeen työväenjärjestöjen elpyminen saattoi alkaa osuustoiminnan avulla’: yksinkertainen asia sanottu monimutkaisesti. Selkeyttäminen!” (72)

”Toisen kappaleen alku ’saattoi alkaa’ kuulosti epävarmalta.” (25)

Lisäksi itse asian ymmärtämisessä oli välillä hankaluuksia, joiden syynä saattoi olla esimerkiksi tekstin vaatimus asiantuntijuudesta koskien Suomen historiaa tai asian kokeminen puisevana:

”Mitä edistysmielinen osuuskunta tarkoittaa? Onko selitetty aiemmin näyttelyssä? Oma historianäkemys (vaikuttaa olevan) heikkoa.” (25)

”Osuuskauppojen erot? SOK ja KK [Kulutusosuuskuntien keskusliitto] myös jäävät epäselviksi.” (50)

”Ei mitään oikein jää mieleen.” (61)

Teksti nähtiin sekä liian lyhyenä että liian pitkänä, jopa samassa vastauksessa. Tämä vastaaja kommentoi myös suomen kielen luettavuutta, sekä kehui tekstin ja kuvan antavan paljon tietoa:

”Kielellisesti suomen pitkät ja monimutkaiset sanat eivät edistä luettavuutta, voisivat olla selkeämpiä ja yksinkertaisempia. Tekstit eivät ole liian pitkiä vaan niihin on valittu oleellinen. Paljon tietoa, kuva valaiseva. Teksti voisi olla lyhyempi.” (72)

Tekstiä keuhuttiin myös selkeäksi, pintasuoraksi ja tiivistetyksi siten, että jokainen lause oli oma kokonaisuutensa. Lapuanliikkeestä kertova lause mainittiin mielenkiintoisena yksityiskohtana. Lisäksi otsikon alkuosintu herätti yhdessä vastaajassa positiivisen reaktion.

Englanninkielistä tekstiä lukeneilla suomalaisilla oli seuraavanlaisia kommentteja koskien tekstin luettavuutta:

”En tiiä, englantini ei ole maailman paras. En huomannut virheitä, tai mitään erikoista.” (29)

”Ihan se eteni. Tekee mieli vilkaista suomenkielistä. Siitähän se varmaan on käännetty. Ehkä ajatus on että niitä ei selitetä. Punakaartivirke on kyllä yhtä hämärä suomeksi, kuka ryösti ja mitä? Jää avoimeksi.” (38)

”Lyhyt ja ytimekäs.” (49)

”Ei vaikeasti ymmärrettävä, toiseksi viimeinen lause aukaisi aika paljon. Positiivisesti kerrottiin kauppaliikkeen synnystä, selkeästi. Selkeä lyhyt katsaus.” (66)

Selkeästi myös osa kansainvälisistä vastaajista koki englanninnoksen ymmärrettäväksi kieleksi:

”Seems good, no problems.” (31, Iso-Britannia)

”I understand all.” (26, Venäjä)

Osa vastaajista valitteli huonoa englanninkielen taitoaan, ja yksi mainitsi lukihäiriön häiritsevän. Seuraavalla vastaajalla oli hieman hankaluuksia. Suluissa hänen seurassaan kulkeneen suomenkielisen henkilön kommentit.

“Not very good in English but I’ll try. Delegation? What are Red Guards? (-Security.) Looting? (-Some kind of stealing.) Imprisoned? (-Go to prison.). Finnish co operative? For me my English is not very good. I think yeah what happened and for what reason.” (28, Egypti)

Sosiaalinen ympäristö, kävijän kanssa kulkevat ihmiset, selvästi vaikuttavaa siihen, kuinka kukin yksilö näyttelyä ”lukee” (Sturge 2007:134). Tälle vastaajalle suora käännös punakaarteista ”Red Guardsiin” herätti kysymyksiä, joita hänen suomalainen seuralaisensa pyrki selittämään sanalla ”security” (ilmeisesti tarkoittaen ”turvallisuusjoukkoja”). Jos museokävijöitä on samassa porukassa useampi, on todennäköisempää, että he ymmärtävät tekstin – toisen kielitaito korvaa toisen puutteellista kielitaitoa. Vastaajiksi saapui kolme ranskalaisrouvaa, joista yksi ilmoitti, ettei ymmärrä englantia ollenkaan. He keskustelivat paljon ranskaksi, ja yksi tuntui selittävän englanninkielisiä sanoja kahdelle muulle. Myös minut otettiin mukaan keskusteluun, ja itsellenikin lause ”the position of the former was strengthened by the threat of the ultra-nationalist Lapua Movement” alkoi vaikuttaa melko hämmentävältä.

Yksilöiden kielitaito tietysti vaihtelee paljon. Vaikeina sanoina näissä vastauksissa mainittiin ”looting” (kolmessa vastauksessa), ”swelled”, ”impowerment”, ”delegation”, ”Res Guards”, ”imprisoned” jne. Odotetusti myös ”Lapua Movement” aiheutti päänvaivaa, vaikka se on käännöksessä saanutkin seurakseen selittävän määreen ”radical ultra-nationalist”. Eräs

ranskalaisvastaaja sanoi suoraan, että ”Lapua Movement” on hänen tietojensa ulkopuolella. Yksi englanninkielistä tekstiä lukenut suomalainen vastaaja epäili aiheellisesti, etteivät kaikki asiat aukea muun kuin suomalaisen näkökulmasta:

”Lopussakin tuo ’Lapua Movement’. Aika tiiviiksi tiristetty historia.” (38)

Lapuanliikkeestä olisi siis kaivattu vielä jonkinnäköistä lisäselitystä. Museo ja sen tekstit ovat tilana kuitenkin rajallisia, eikä tekstin ytimekkyydestä voi tinkiä loputtomiin.

Myös esittelytekstin kuva ja layout mainittiin vastauksissa.

”Kiinnitin huomioita hyvin valittuihin kuviin.” (72)

”I like it. Love the pictures.” (28, Egypti)

Kuvaa siis keuhuttiin, mutta sen koettiin olevan myös liian vastakohtainen verbaaliseen sisältöön verrattuna:

”Aika iso kontrasti kuvan ja tekstin välillä. Asiakkaat, arkinen, kauppa pyörii. Teksti, muuten paitsi kulutuskappale, kertoo enemmän historiallisista tapahtumista ja sisällissodasta, (se on) kuin historiankirjasta. Toki kontrasti voi olla tarkoituksellinenkin.” (38)

”There is no real link between the image and the text.” (43, Ranska)

Lisäksi ranskalaisryhmä koki kuvan liian pienenä verbaaliseen osioon verrattuna, mikä häiritsi heidän mielestään esittelytekstin tasapainoa (ks. kuva 1). He olisivat toivoneet muunlaisia kuvia, jotka olisi sijoitettu kävijän katseen tasolle, jottei kuvan henkilöitä tarvitsisi katsoa ylöspäin. Venäläisvastaajaa häiritsi se, että kuvan yläreunasta puuttui sitä muualta ympäröivä musta reunus, mikä teki siitä ”vaikean katsoa”. Hänen mielestään siis visuaalinen ilme oli epätasapainoinen. Kuva herätti myös kysymyksiä liittyen sen yksityiskohtiin sekä kuvatun tilanteen aitouteen:

”Mikä tämä myymälä on ylipäänsä?” (49)

”Tää on ihan poseerattu kuva.” (60)

Esittelytekstin kuvateksti, jota en pyytänyt vastaajia lukemaan, kertoo tarkemmin, mistä myymälästä on kyse, ja että siinä ”myyjät ja asiakkaat asettuivat kuvattavaksi” eli poseeraus on tavallaan perusteltu. Tämä on hyvä esimerkki museoiden tavasta kirjoittaa aiheesta useampia tekstejä, jotka täydentävät toisiaan (Neather 2008:220-221). Jos kuvateksti jää lukematta, jää myös osa museon tarjoamista merkityksistä kokematta. Monipuolinen

lähestymistapa on tärkeä osa kävijän oppimiskokemusta, sillä informaation esittäminen eri näkökulmista vahvistaa tehokkaasti keskeistä viestiä (Neather 2008:221). Viestin välittämisessä ovat mukana kaikki esittelytekstin eri mediumit mukaan lukien kuvat ja kuvateksti. Kuvan ja kirjoitetun tekstin välillä havaittu kontrasti saattaa olla osa museon strategiaa kertoa työväenliikkeestä ja osuuskaupoista, sillä näistä asioista kertominen ei ole aivan niin yksinkertaista. Voi siis ajatella, että tässä on tuotu esiin näyttelyn kokoamisen taustalta löytyvää väittelyä (Mills 2003:79).

Sekä suomenkielistä että englanninkielistä tekstiä kuvattiin selkeäksi ja ymmärrettäväksi, ja kuvan ja tekstin välillä näki kontrastia sekä suomalainen että kansainvälinen lukija. Näyttää siis siltä, että kääntäjä on onnistunut tuottamaan englanninkielisen tekstin lukijoissa samanlaisia reaktioita kuin mitä suomenkielisen tekstin lukijat kokivat.

6.2.4 Erilaisia asenteita, erilaisia taustoja

Tekstejä tulkitseva yhteisö ei ole mikään yhtenäinen massa, eikä sille näin ollen ole helppo suunnata viestiä siten, että se tulisi mahdollisimman tehokkaasti ymmärretyksi. Museoissa ja perintökohteissa myös tasapaino korkea- ja massakulttuurin välillä täytyy jatkuvasti neuvotella uudelleen, sillä näissä tiloissa sivistys kohtaa massayhteiskunnan (Mills 2003:76).

Kokemusten eroavaisuus perustuu taustojen, arvomaailmojen ja maailmankatsomusten poikkeavuuteen, mutta myös hetkeen liittyviin sattumiin, kuten sen hetken mielenkiintoon tai väsymystilaan (Hannula 2007:45). Vaikka suurin osa vastaajista perehtyi tekstiin tarkasti ja havainnoi pyytämiäni asioita mielenkiintoisista näkökulmista käsin, vastasivat jotkut kysymyksiin melko lyhyesti ja ainakin yksi tuntui suhtautuvan tekstiin tai ainakin haastatteluun melko kevyesti:

”Ei oikeastaan hailaittaa mikään, en osaa sanoa.” (29, luki englanninkielistä tekstiä)

Sen lisäksi, että tekstiin saatettiin suhtautua välinpitämättömästi, saatettiin se kokea hyvinkin omakohtaisesti liittämällä sen merkityksiä omaan lapsuuteen eli omaan taustaan; esimerkiksi kuvassa ja tekstissä esiintyvät esineet toivat mieleen muistoja. Itseä peilattiin tekstiin myös siten, että omaa englanninkielen taidon tai historian tietämyksen puutetta valiteltiin:

”Oma historiantuntemus heikkoa mutta ei nyt hirveän negatiivinen (seikka).”
(28)

Koska kääntäminen sisältää aina jonkinlaista valikointia, voidaan ehkä kaikki kääntäminen nähdä toisten ihmisten todellisuuksien editointina vastaanottavalle kulttuurille (Sturge 2007:79). On vaikea sanoa kansainvälisten vastaajieni ryhmästä asioita, jotka yhdistäisivät kaikkia näitä vastaajia erityisesti tässä ryhmässä verrattuna muihin. Brittivastaaja (31) esimerkiksi kertoi olevan mielenkiintoista lukea tuotteista, jotka tulivat myyntiin. Näin oli myös suomalaisten mielestä. Yksi selkeä seikka, jolla tämä englanninkielistä tekstiä lukeva ryhmä on otettu käännoksessä huomioon, on Lapuanliikkeen yhteyteen liitetty kuvailu ”ultra-nationalist”, mistä huolimatta kaikki eivät ymmärtäneet, mikä kyseinen liike on. Kahdessa viidestä kansainvälisestä vastauksesta ”Red Guards” herätti hämmennystä. Koska näillä vastaajilla ei ole samanlaisia taustatietoja kuin suomalaisilla, jäivät Lapuanliikkeen ja Punakaartien tapaiset asiat ja niihin liitetyt merkitykset heille väistämättä pinnallisemmiksi. Trendejä kansainvälisissä vastauksissa olivat esittelytekstin mustavalkoiseen kuvaan liitetty sana ”kylmä” ja erinäisten kuvassa näkyvien elintarvikkeiden luetteleminen, sekä tukeutuminen vastaajien seurassa kulkeviin ihmisiin milloin englannin kielessä, milloin kokonaisymmärryksen syventämiseksi.

Egyptiläisvastaaja (28) kertoi seuraavaa: “We still have scales. Not the shops.” Vastaajan seurassa kulkeva suomalainen henkilö kommentoi, että Egyptissä bensapumput ovat vielä samoja kuin täällä museossa. Muut vastaajat muistelivat kuvan kaltaisia kauppoja olleen aikanaan myös Britanniassa ja Ranskassa, eli esittelyteksti oli tällä tavoin samaistuttava. Erään vastaajan mielestä kuvassa taas ei ollut mitään tuttua (suluissa vastaajan kanssa kulkeneen henkilön kommentti):

”Not really anything familiar. (-The people?) Obviously the people are familiar. They don’t look like they’re enjoying themselves. Not very cheerful.”

Hän siis tunnisti, että kuvassa on ihmisiä, eli sillä tavalla kuva tuntui tutulta. Nämä ihmiset vaikuttivat hänestä kuitenkin melko ankeilta ja ehkä siinä mielessä vaikeasti samaistuttavilta, eikä hän lopulta nähnyt tekstissä paljoakaan itselleen tuttua. Kuvasta ja tekstistä välittynyt ankea tunne oli hänen kokemuksensa keskiössä.

Mielenkiintoista olisi ollut, jos aineistosta olisi noussut esiin kansainvälisille kävijöille vieraita asioita, jotka he kuitenkin kokivat positiivisiksi – nimenomaan matkailun näkökulmasta, jossa sopiva määrä eksoottisuutta on taloudellisessa mielessä ja asiakkaiden houkuttelemisen kannalta oleellista. Tällaisia mielipiteitä ei kuitenkaan kovin selvästi aineistosta ollut nähtävissä. Esimerkiksi kuvassa näkyvät tuotteet kyllä herättivät kiinnostusta,

niitä lueteltiin vastauksissa paljon, ja egyptiläisvastaaja (28) totesi niistä, että kuvassa näyttää olevan ”some product, a lot but don’t know what”. Kuvassa oleva kaapisto puolestaan kiehtoi ranskalaisvastaajaa (43): ”The furniture, that you have to open the boxes, I’ve never seen that in France.” On kuitenkin vaikea sanoa, kuinka positiivisia nämä reaktiot olivat, vaikka jonkinlaisesta löytämisen iloa vastaajat mahdollisesti kokivatkin.

6.3 Kolmen sanan grafiikoita

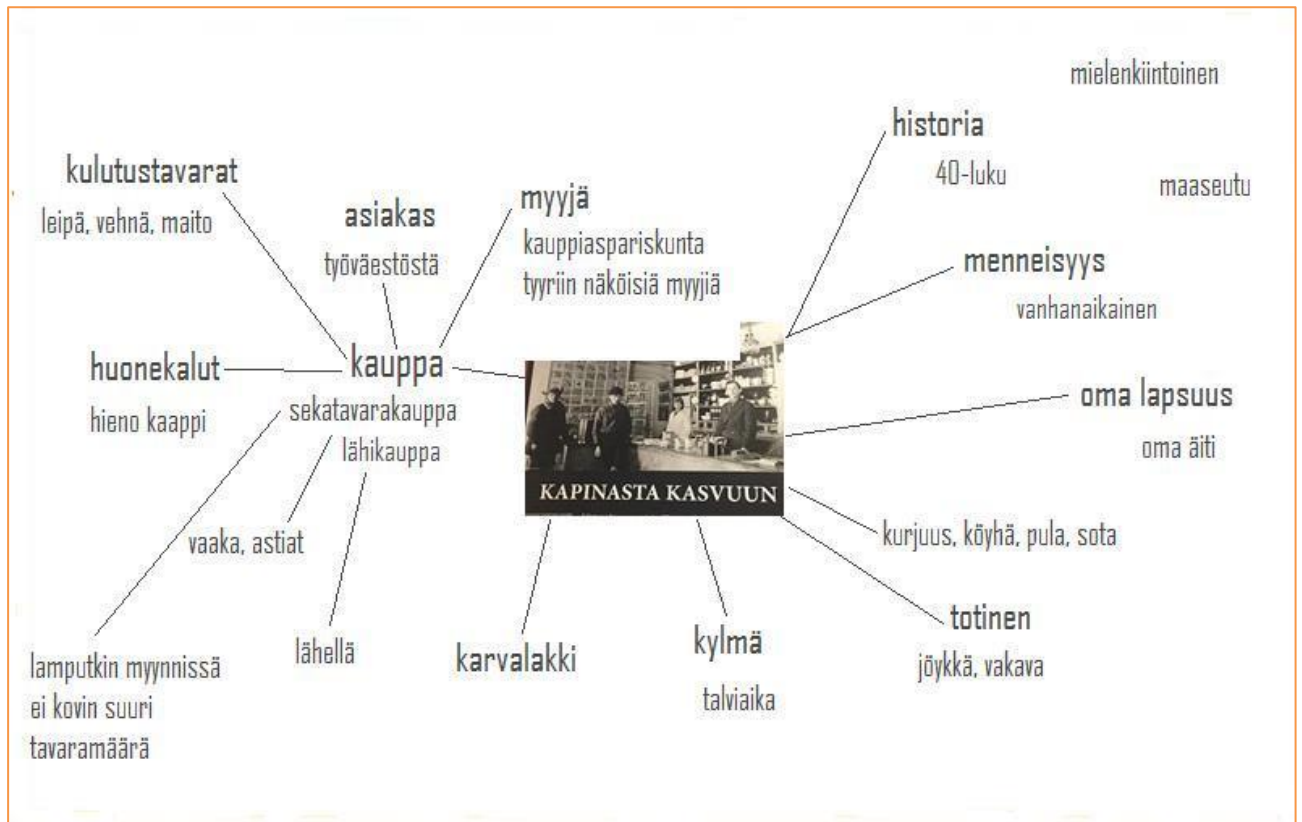
Tässä alaluvussa esittelen keräämistäni sanoista muodostamiani grafiikoita, ja esitän niistä huomioita. Mielikuvia edustavat sanat kerättiin pyytämällä vastaajia kertomaan kolme heidän mieleensä tulevaa sanaa ennen tekstin lukemista eli pelkästään visuaalista ilmettä katsomalla sekä tekstin lukemisen jälkeen. Esittelen erilaisia tapoja, joilla kuvaa tulkittiin, ja millaisia merkityksiä ihmisten mieleen nousi koko tekstin lukemisen jälkeen. Ohjasin vastaajia visuaalisen suuntaan pyytämällä heitä katsomaan aluksi nimenomaan kuvaa, vaikka vastauksiin on epäilemättä vaikuttanut myös muu tekstistä ensi näkemältä poimittu, kuten otsikko, tai muu näyttely-ympäristö. Esiin nousseet tulkinnat ovat mielenkiintoisia siitäkin näkökulmasta, että samalla tavoin kuin katsoja tulkitsee kuvaa, tulkitsee kääntäjä tekstiä, ja kääntäjälle voi olla mielenkiintoista katsoa, miten tietty ryhmä vastaanottajia reagoi tietynlaisiin tekstin merkityksiin.

Grafiikoissa useammin kuin kerran mainitut sanat ovat suuremmalla fontilla ja vain kerran mainitut pienemmällä fontilla. Joidenkin sanojen koin olevan lähellä toisiaan, jolloin ne on niputettu yhteen. Olen myös yrittänyt koota grafiikat siten, että samanlaiset sanat olisivat eri kuvioissa samassa kohtaa, ja että toisiinsa liittyvät tai toisistaan johdetut sanat olisivat lähellä toisiaan, jotta kuvioista saisi enemmän irti. Se, mitkä sanat liittyvät toisiinsa, on välillä tulkinnanvaraista, mutta olen yrittänyt pitää kuviot mahdollisimman läpinäkyvinä.

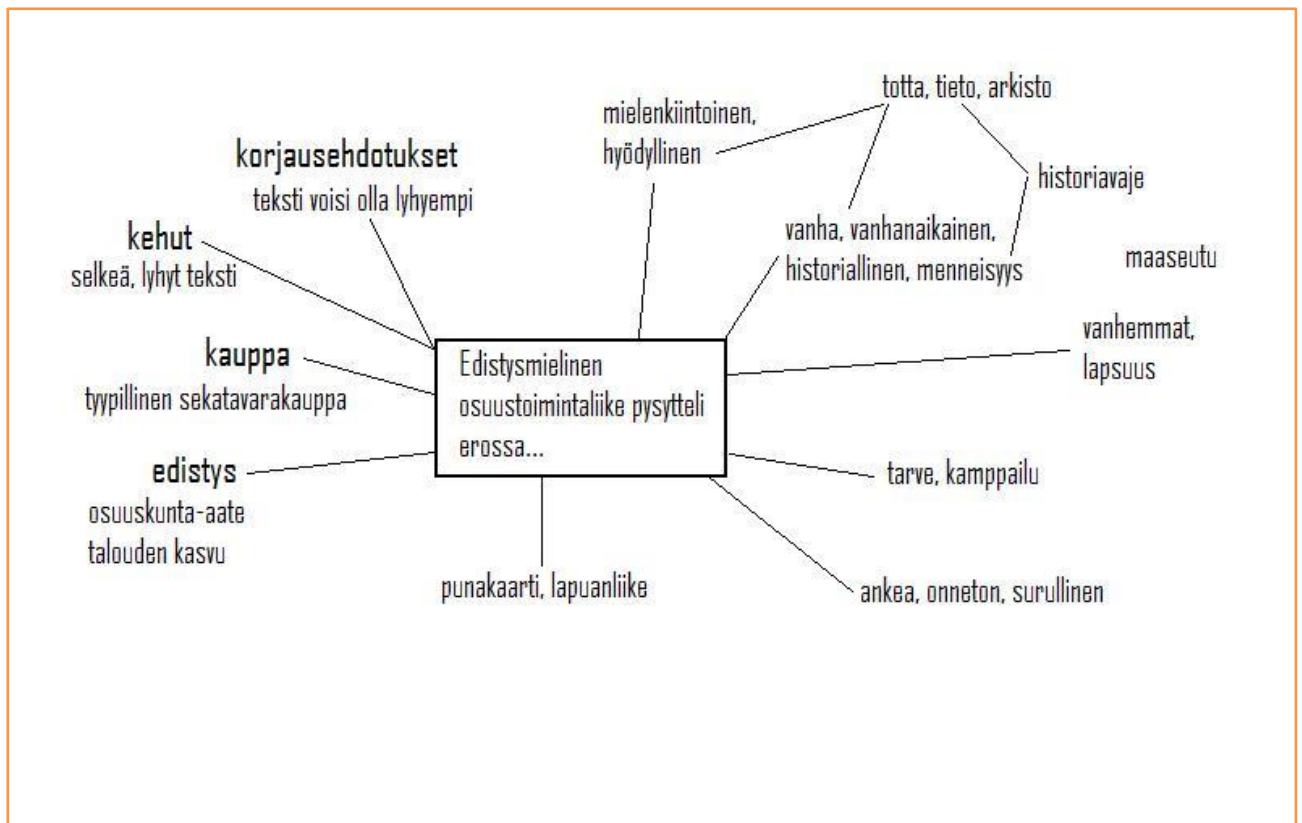
Ensimmäisissä kuvioissa esittelen kaikki mainitut sanat jaettuna alun ja lopun kysymysten alle. Jälkimmäisissä kuvioissa erottelen sanat vastaajaryhmän mukaan: suomalaiset, jotka lukivat suomenkielistä tekstiä; suomalaiset, jotka lukivat englanninkielistä tekstiä, sekä kansainväliset vastaajat, jotka myös lukivat englanninkielistä tekstiä.

Ennen tekstin lukemista kerättyihin sanoihin perustuvien grafiikoiden avulla voidaan hahmottaa sitä, millainen visuaalinen järjestys kuvassa kävijöiden mielestä on eli miten he visuaalisesti sitä lukevat. Katsoessaan kuvia ihminen katsoo niitä aina osana jotain laajempaa visuaalista järjestystä, johon hän on kasvanut, ja joka osaltaan määrittelee sitä, mitä hän loppujen lopuksi kuvissa näkee (Seppänen 2001:171, 126). Kyse on myös turistiksesta

katseesta, joka siis rakentuu sosiaalisesti ja tässä paraikaa kävijöiden tulkitessa esittelytekstiä (Urry 1990:1).



Kuva 6. Kaikki vastaajat ennen koko tekstin lukemista. Kuva (c) Laura Aro



Kuva 7. Kaikki vastaajat koko tekstin lukemisen jälkeen. Kuva (c) Laura Aro

”Kauppa” oli ylivoimaisesti suosituin sana vastauksissa. 13 vastaajaa valitsi sen kolmen sanansa joukkoon. Sana esiintyi myös lopun sanoissa, mutta oli alun sanoissa paljon suositumpi. Vastaajat olivat selvästi päättelleet kuvasta, että se esittää kauppaa ja että sen tiskin molemmin puolin esiintyy ”myyjiä” ja ”asiakkaita” ja että esillä on myynnissä olevia ”kulutustavaroita”. Tulkintana ”kauppa” on siis monien merkkien yhteistyön tulosta. Lisäksi oli päätelty, että kuva edustaa mennyttä aikaa: sanat ”menneisyys” ja ”historia” esiintyivät kumpikin kolme kertaa. Tämä menneisyyden kauppa puolestaan toi monien mieleen oman lapsuuden. Menneisyyden kauppaan liitettiin myös ”kurjuus” ja ”pula”. Yksittäisistä esineistä eniten huomiota kiinnitti toisen asiakkaan päässä oleva karvalakki. Adjektiiveista menestyivät parhaiten ”totinen” tai ”jäykkä” ja ”kylmä”. Indeksisinä merkkeinä kuvassa esiintyy neljä ihmistä, mutta näihin henkilöihin liitettiin merkityksiä kuten ”pariskunta” tai ”tyyriinnäköisiä”, jotka ovat osittain pääteltävissä kuvasta suoraan myyjien sukupuolten tai vaatetuksen kautta, mutta vaativat jonkinlaisia tietämystä menneestä ajasta; esimerkiksi millaisia vaatteita silloin pitivät rikkaammat ihmiset.

Valokuva osana tätä museokäännöstä vaikuttaa siinä mielessä hyvältä ratkaisulta, että se onnistuu välittämään vastaanottajille monenlaisia merkityksiä, jotka näyttävät ainakin osittain

olevan yhteisiä suurelle joukolle: se, että kuvassa on kauppa; että on kyse menneestä ajasta; että tunnelma on totinen. Nämä kulttuuriset merkitykset näyttävät välittyvän kävijöille vahvoina tämän tekstin yhteydessä.

Oli myös vastauksia, joissa ainoastaan viitattiin kauppaan mutta ei erityisesti mainittu sitä. Lisäksi kaksi vastaajaa ei maininnut kauppaa tai siihen suoraan liittyviä asioita ollenkaan missään kohtaa vastauksiaan. Toinen näistä mainitsi samat sanat sekä aluksi että lopuksi: ”Menneisyys, maaseutu, lapsuus” (54). Hän oli myös ainoa vastaaja, joka valitsi sanan ”maaseutu”. Vastauksessaan hän myös ylisti mennyttä Suomea positiivisena asiana ja kritisoi tekstin poliittista näkemystä. Ranskalaisvastaaja (42), joka ei myöskään maininnut kauppaa, keskittyi vastauksessaan kaupan ja sen tarvikkeiden sijaan tekstin ja siinä esiintyvien henkilöiden välittämään tunnelmaan valiten sanoikseen ”poor”, ”cold”, ”the hat” sekä ”unhappy”.

”Maaseudun” lisäksi toinen vain yhdessä vastauksessa mainittu sana oli ”lähellä”. Sanojen ”maaseutu” ja ”lähellä” voidaan siis ajatella olevan melko kaukana siitä, mitä sanoja tämä esittelyteksti ihmisille yleensä tuo mieleen. ”Lähellä” luultavasti juonsi kyseisen vastaajan omasta ensimmäisestä sanasta, joka oli ”lähikauppa” (66). Molemmilla näistä vastaajista oli vastaustensa perusteella positiivinen kuva menneestä Suomesta, ja maaseutua miettinyt henkilö mietti myös omaa lapsuuttaan, jotka hän mahdollisesti yhdisti keskenään. Varsinaisesti merkityksiltään ”maaseutu” ja ”lähellä” liittyvät siis yleisempiin vastauksiin, vaikka ne sanoina erottuvatkin aineistosta.

Kuvaan alettiin lukemisen jälkeen liittää verbaalisessa tekstissä olevia merkityksiä:

”Nyt asiakkaista etsii punakaartin signaaleja, joita näyttäisi tekstin jälkeen kuvittavan.”(50)

Myös Punakaarteista vähemmän tietävälle voi kokonaisteksti tuoda mieleen sen, että sisällissodalla oli jotain tekemistä Venäjän kanssa:

“The hat reminds me of Russia.” (43, Ranska)

Haastattelun alussa esittämäni kysymykseen moni valitsi sanaksi ”totinen” tai ”jäykkä tunnelma”, minkä arvelen ainakin osittain liittyvän kuvassa esiintyvien henkilöiden vakaviin ilmeisiin. Mielenkiintoista on, että lopuksi vastaajat valitsivat sen sijaan sanoja ”ankea”, ”onneton” ja ”surullinen”. Tekstin luettuaan vastaajat siis liittivät esittelytekstiin

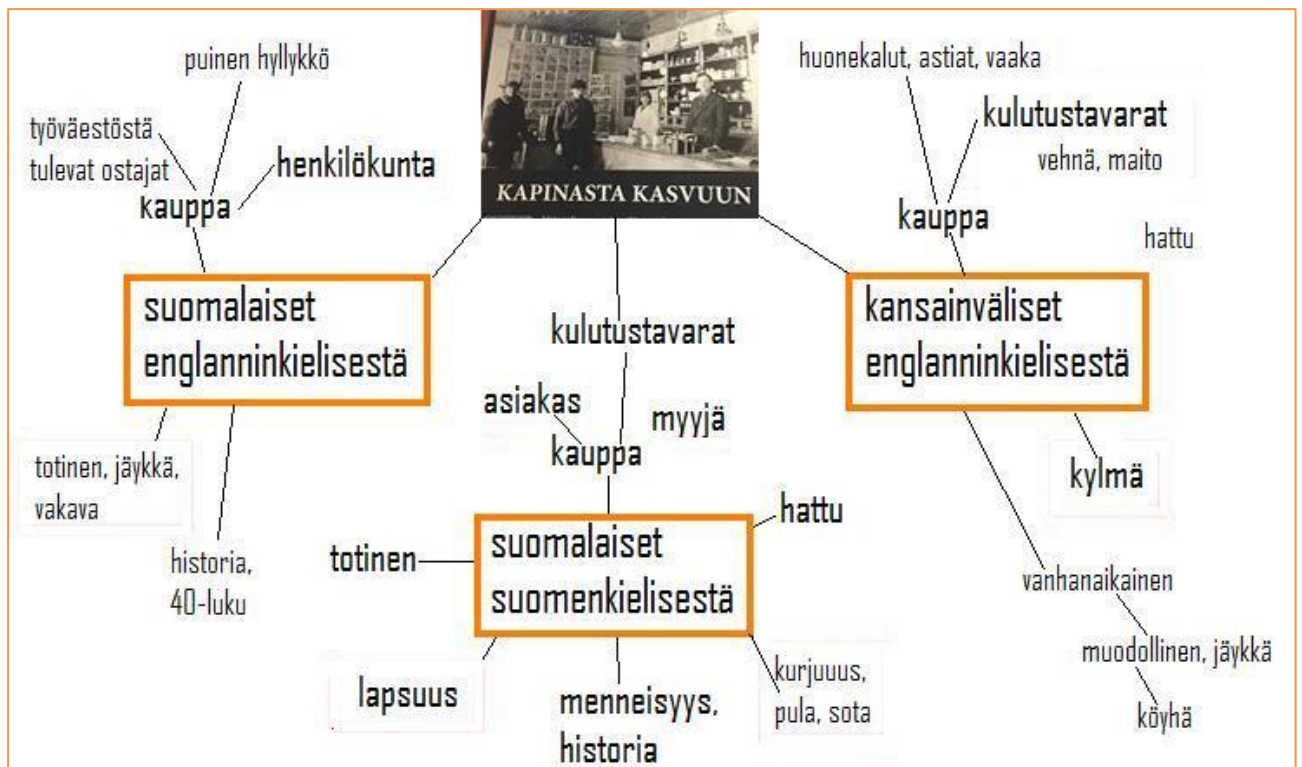
negatiivisempia mielikuvia kuin nähtyään pelkän kuvan. Kuvan totisuutta tulkittiin aluksi neutraalimmin; ehkä tutkijalle ei haluttu esittää liian negatiivisesti värittyneitä tulkintoja heti aluksi, tai ehkä kuva on sinänsä tulkittavissa niin monin eri tavoin, että sitä halutaan kuvata neutraalimmasta näkökulmasta. Vaikka tekstin sanoma on ”vaikeuksista voittoon”, se puhuu vakavista asioista. Kyseiset tekstissä mainitut ja tähän historialliseen ajanjaksoon liitetyt ankeat asiat selvästi vaikuttivat ainakin joidenkin vastaajien mielikuviin kyseisestä esittelytekstistä. Interpersonaalinen eli katsojan, objektin ja tuottajan väliseen suhteeseen liittyvä metafunktio sekoittuu ideationaaliseen eli esittävään metafunktoon (Borodo 2015:24). Teksti saa uusia merkityksiä (totisesta ankeaksi) sitä mukaa, kuinka suhde kuvattujen henkilöiden, itse tekstin ja katsojien välillä muuttuu.

Negatiivisia adjektiiveja huomattavasti yleisempiä vastauksia jälkimmäiseen kysymykseen olivat kuitenkin sanat, jotka liittyivät tekstin olennaisuuksiin. Esimerkiksi sana ”edistys” esiintyi kahdesti, ja se on tavallaan tiivistelmä koko tekstistä sekä lyhennelmä tekstissä usein esiintyvistä sanasta ”edistysmielinen”. Vastaajat valitsivat myös sanoja tai sanayhdistelmiä, kuten ”osuuskunta-aate ilmiönä” sekä ”talouden kasvu”.

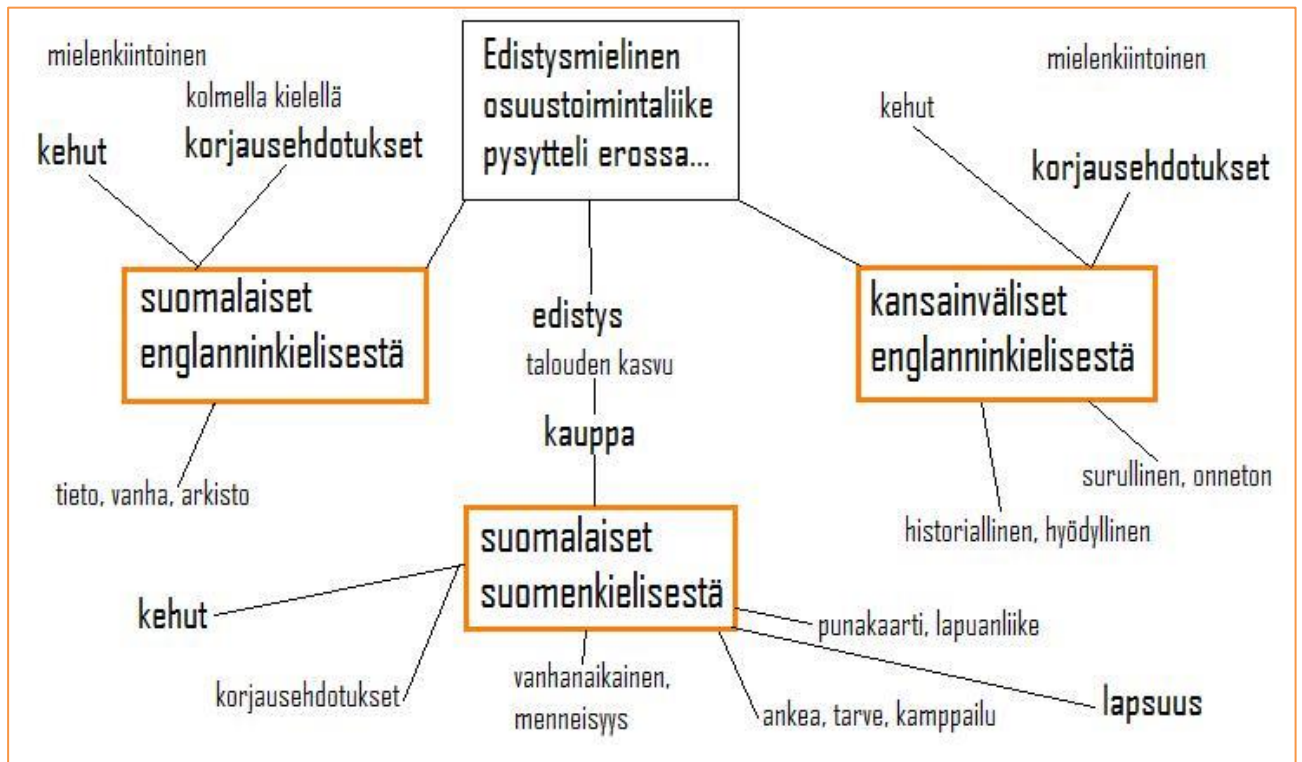
Vaikka pyysin lopussa kertomaan jälleen kolme sanaa, ”jotka tulevat mieleesi nyt, kun olet lukenut tekstinkin”, odottaen samantyyppisiä vastauksia kuin alussa kysyessäni kolmea sanaa, moni silti käytti tilaisuuden kommentoidakseen ikään kuin koko haastattelua. Viimeiseen kysymykseen tuli useita korjausehdotuksia esittelytekstille. Nämä esiintyvät yllä olevassa grafiikassa sanan ”korjausehdotukset” muodossa. Esimerkkejä näistä olivat ”liiankin tiivis historia” (38), ”vakuutusliikkeen rooli hämärtynyt” (60) sekä kehotukset siitä, että teksti voisi olla käännetty myös venäjäksi ja ranskaksi (49, Suomi; 43, Ranska).

Jälkimmäisissä tekstin lukemisen jälkeen kerätyissä vastauksissa oli enemmän hajontaa, ja kuten kuvioista ilmenee, vähemmän useissa vastauksissa täysin samanlaisina toistuvia sanoja. Kirjallinen teksti siis tuotti eriävämpiä tai yksityiskohtaisempia sanavalintoja. Luettuaan verbaalisen tekstin vastaajat kommentoivat sen laatua esimerkiksi sanoin ”valaiseva”, ”johdonmukainen”. Tätä ei esiintynyt alun visuaalisuuteen liittyvän kysymyksen yhteydessä. Alun ja lopun sanojen välissä olevilla tekstin laatuun liittyvillä kysymyksillä oli kuitenkin osuutensa tässä; visuaalista ilmettä arvioitiin myöhemmin vastauksissa.

Seuraavissa grafiikoissa esittelen samat vastaajien valitsemat sanat jaoteltuina vastaajaryhmän mukaan, joita ovat suomalaiset suomenkielisestä, suomalaiset englanninkielisestä ja kansainväliset englanninkielisestä tekstistä.



Kuva 8. Vastaajat ryhmittäin ennen koko tekstin lukemista. Kuva (c) Laura Aro



Kuva 9. Vastaajat ryhmittäin koko tekstin lukemisen jälkeen. Kuva (c) Laura Aro

Vaikka vastauksissa on hieman eroja vastausryhmien kesken, näyttää kokonaiskuva siltä, että sekä kuva että teksti (ja haastattelutilanne) toivat kaikkien vastaajien mieliin suunnilleen samoja asioita.

Kummankin suomalaisryhmän ensimmäinen kysymys oli toisiaan vastaava, sillä englantia tuli mukaan haastatteluihin vasta verbaalisen tekstin muodossa. Se, että esimerkiksi yksikään englanninkielistä tekstiä lukemaan tulevan ryhmän vastaaja ei maininnut ensimmäisen kysymyksen kohdalla lapsuutta, mutta suomenkielistä tekstiä lukemaan tulevasta ryhmästä sen mainitsi kolme henkilöä, liittyy vastaajien yleensäkin pieneen määrään ja toisen ryhmän vielä pienempään kokoon (15 ja 5) sekä siihen, että on sattumanvaraista, minkälaisia henkilöitä kuhunkin ryhmään sattui. Tämän perusteella siitä, kuinka usein tietyt sanat esiintyivät etenkin pienemmissä ryhmissä, ei voida tehdä kovin pitkälle vietyjä tai pitäviä tulkintoja. Olen kuitenkin pohtinut, mitä sanojen vaihteleva esiintyminen saattaisi merkitä, jos aihetta olisi mahdollista tutkia suuremmilla ihmisryhmillä.

Vastaajaryhmässä, jossa suomalaiset kommentoivat suomenkielistä tekstiä, ilmeni lukumääräisesti ja näin ollen myös suhteessa vähemmän korjausehdotuksia kuin muissa kahdessa ryhmässä. Sekä suomalaiset että kansainväliset vastaajat luettelivat kuvan nähtyään kuvassa esiintyviä kulutustavaroita sekä esineitä, mutta kukaan ei maininnut näitä enää verbaalisen tekstin luettuaan. Myöskään myyjiä tai asiakkaita ei enää mainittu, mutta ”kauppa” esiintyi edelleen. Kulutustavarat olivat erityisen suosittuja kansainvälisten vastaajien keskuudessa ensimmäisen kysymyksen kohdalla, mutta tekstin laatuun liittyvät kommentit sekä adjektiivit syrjäyttivät ne toisen kysymyksen yhteydessä. Entä mitä voitaisiin päätellä siitä, että englanninkielistä tekstiä lukevat suomalaiset valitsivat toisen kysymyksen yhteydessä sanoja, kuten ”tieto” ja ”arkisto”, kansainväliset vastaajat käyttivät sanoja ”historiallinen” ja ”hyödyllinen” ja suomenkielistä tekstiä lukeneet suomalaisvastaajat puhuivat ”vanhanaikaisesta” ja ”menneisyydestä”? Pelkän kuvan nähtyään molemmat suomalaisryhmät mainitsivat sanan ”historia”. Suomenkielisen tai englanninkielisen tekstin lukemisen aikana on siis mahdollisesti tapahtunut jotain, mikä on saanut ryhmät valitsemaan eri sanoja.

Kahdelle kansainväliselle vastaajalle (42, Ranska ja 31, Iso-Britannia) tuli kuvasta ensiksi mieleen sana ”kylmä”. Kolmas kansainvälinen vastaaja (43, Ranska) pohti myöhemmässä vastauksessaan näin (suluissa oma kommenttini):

“Must be very cold, not in France clearly (-You mean the hat?) The hat reminds me of Russia.”

Jäi epäselväksi, yhdistikö hän kuvaan kylmyyden juuri karvalakin perusteella vai kenties muun vaatetuksen vai jonkin ihan muun seikan. Voi myös olla, että vastaajilla oli marraskuisessa Suomessa kylmyys muuten vain mielen päällä. Suomalaisvastaajista vain yksi viidestätoista mainitsi talviajan. Muutkin asiat kuin tekstin eksplisiittiset merkitykset rakentavat tulkintaa, esimerkiksi ympäristön vastaajille totutusta eroava kylmyys. Näitä merkityksiä liitetään kuvaan, vaikka se ei esitäkään lunta tai muita yksiselitteisesti kylmään liittyviä merkkejä. Kevytkin viittaus, kuten mahdollisesti kuvan henkilöiden vaatetus, riittää tuomaan kylmyyden mieleen. Jotenkin useiden kansainvälisten vastaajien silmä kuitenkin poimi kylmyyden mielikuviansa joukkoon tässä tilanteessa.

Välillä on vaikea sanoa, mihin tekstin elementtiin kunkin vastaajan sanat liittyivät. Voi olla, että kuviossa esittämäni kansainvälisten vastaajien sanat ”muodollinen”, ”jäykkä” ja ”köyhä” liittyivät menneisyyteen eli sanaan ”vanhanaikainen” tai sitten ei. Niputin nämä sanat yhteen siksikin, että ne olivat kaikki adjektiiveja. Yritin pitää grafiikat mahdollisimman yksinkertaisina, sillä vastauksia olisi ollut helppo ylitulkita. Tässä kohtaa olin tulkinnut, että vastaajat liittävät menneisyyteen muodollisuuden, jäykkyyden ja köyhyyden, koska menneisyys vaikutti olevan niin oleellinen tekstistä tulkittu merkitys, että ajattelin sen mahdollisesti olevan myös näiden vastaajien mielessä ja sisältyvän näihin mielikuviin. Menneisyys ei merkityksenä kuitenkaan välttämättä tuottanut näitä mielikuvia, vaikka kaikki nämä elementit epäilemättä vaikuttivat toisiinsa kävijöiden kokemuksissa.

7 PÄÄTELMÄT

Tutkielmani on tähdännyt selvittämään sitä, kuinka todelliset museokävijät kokevat Työväenmuseo Werstaan multimodaalisen esittelytekstin, mukaan lukien verbaalisen tekstin englanninkielisen käännöksen. Kaikkien kävijöiden mahdollisia mielipiteitä ei tällaisia tekstejä laadittaessa mitenkään voida ottaa huomioon jo siksikin, että ne ovat usein ristiriidassa keskenään. Olen kuitenkin pyrkinyt tuomaan esiin niitä kokemuksia, joita näillä kävijöillä oli tästä tekstistä, ja uskon, että niiden sekä tutkielmani tapausta pohjustavan teorian avulla voidaan hahmottaa jotakin museotekstien kokemisesta myös yleisemmällä tasolla.

Hatarat käsitykset ”tosi-” tai ”kokonaistietoon” ihmisistä tai ihmisten kokemuksista ovat vahingollisia, koska informaatiota on niin paljon, se muuttuu koko ajan ja se on joka tapauksessa aina jonkin näkökulman värittämää. Jotkin kokemukset ovat toki yleisempiä kuin toiset. Enimmäkseen ilmiöihin liittyviä eroavia näkökulmia voi olla useita, ne voivat kaikki olla tosia, ja niitä tulisi kaikkia kunnioittaa.

Museon tapaisella areenalla vuorovaikutuksessa keskenään ovat sekä näyttelyn kokoajat, näyttelyn aiheena olevat kohteet että näyttelyn kävijät. Yhden lisäkerroksen tähän keskusteluun toi oma läsnäoloni tutkijana. Huomasin, että vastaukset vaikuttivat omaan päättelyyni. Esimerkiksi erään vastaajan muisteltua isoäitiään, joka hänelle tuli mieleen kuvan helmilampusta, kirjoitin itse yhden kuvan henkilöhahmoista olevan ”valkoisiin pukeutunut nainen”; en olisi välttämättä kiinnittänyt asuun huomiota, jollei ajatuksissani olisi ollut oma aikoinaan hoitoalalle opiskellut isoäitini.

Ajatus siitä, että tutkijan tulkinnalla on vaikutusta tuloksiin, on huomioitu myös analyysityökaluna käyttämäni fenomenografisen analyysin piirissä. Toinen fenomenografiasta juontunut ajatus tutkielmassani oli se, että ilmiöitä ja ihmisten kokemuksia voi asettaa janelle sen sijaan, että ne kuuluisivat tarkkarajaisiin kategorioihin. Robert Neather (2005:187) kertoo artikkelissaan suoraan, että esimerkiksi museon eri tekstien genrerajat ovat häilyviä. Ilmiöt tuntuvat kuitenkin muodostuvan hierarkkisesti jonkinlaisina suhteina toisiinsa. Tekstissä esimerkiksi esiintyy katsojia silmiin vakavasti katsovia hahmoja, jotka tuovat vakavamman sävyn koko tekstiin. Eräskin vastaaja totesi useampaan kertaan, että kuvan henkilöt vaikuttavat onnettomilta – hänen ankeaksi kokemansa kuvasta välittynyt tunnelma vaikutti vahvasti koko kokemukseen.

Voidaan miettiä, mitkä tekstin luomisessa käytetyt keinot vaikuttivat kävijöihin positiivisesti tai negatiivisesti, vaikka toisinaan olikin vaikea määrittää esimerkiksi sitä, kuinka positiivisia jotkin reaktiot olivat. Selkeästi tekstiä kritisovia vastauksia aineistossa esiintyi kuitenkin paljon, ja näistä syntyi alaluku ”Vaikeaa tekstiä?” Luku on tärkeä, kun mietitään, kuinka museotekstejä voitaisiin tulevaisuudessa kehittää parempaan suuntaan. Hyvin kirjoitetut museotekstit ovat myös taloudellisesti kannattavia, sillä ne ovat tärkeä osa hyvin sujuvaa vuorovaikutusta kävijöiden ja palveluntarjoajan välillä. Jotkut esittelytekstin lauseista koettiin liian monimutkaisina ja jotkin sanat, kuten ”looting”, liian vaikeina ymmärtää. Vastaajat myös kokivat, että heidän historiantuntemuksensa ei ole vaadittavalla tasolla. Välillä tuntuikin siltä, että esittelytekstin laatija oli arvioinut kävijäryhmän tiedot hieman yläkanttiin. Kuvavalintoja keuhuttiin, mutta osa koki kuvan ja kielellisen viestin olevan ristiriidassa keskenään. Kommenteissa tekstin asetelua olisi haluttu korjata tasapainoisemmaksi muun muassa siten, että kuvan henkilöt olisivat olleet kävijän katseen tasolla ja että kuva olisi ollut samankokoinen verbaalisen osion kanssa.

Käännöstäkään ei kuitenkaan voi loputtomiin muokata johonkin suuntaan. Vastaan tulevat muun muassa rajalliset resurssit, kuten tila. Tässä museotekstissä eriävien tietotasojen ja tarjolla olevan tilan suhteesta kertoi muun muassa englanninkielisen tekstin lisäys ”radical ultra-nationalist”. Se oli tarkoitettu kuvaamaan Lapuan liikettä, mutta kuvailusta huolimatta moni kansainvälinen vastaaja koki, että liike jäi näilläkin tiedoilla heille hämäräksi.

Oleellista museokokemuksessa ja museossa tekstinä näyttää olevan se, että niiden luomisessa on otettava huomioon sekä viihtyminen että asiallisen tiedon välittäminen. Näitä aspektoja tuntui yhdistävän konkretia: esimerkiksi kuvassa esiintyviä kulutushyödykkeitä havainnoitiin ahkerasti, ja erityisesti kansainväliset vastaajat poimivat niitä valitsemiensa sanojen joukkoon. Museo on multimodaalinen tila, jossa visuaalisesti erityiset tai erityiseksi merkityt objektit ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja erinäisten verbaalisten tekstien kanssa. Tutkielmassani selvisi, että esimerkiksi kuvatekstillä oli selkeästi paikkansa museon muiden tekstien joukossa, sillä vastaajat kaipasivat sen välittämää tietoa tilanteessa, jossa pyysin heitä lukemaan vain varsinaisen esittelytekstin.

Kaikki museon visuaaliset ja verbaaliset tekstit yhdessä muodostavat kokonaisen museotekstin, joka mahdollistaa synekdokee-tulkinnan eli selkeästi välittyvän kulttuurisen kokonaismerkityksen (Neather 2008:222, 238). Museossa oli käytetty näyttelyn yleisilmeessä kirkkaita värejä ja esittelytekstien kuvissa mustavalkovalokuvia, jolloin muodostui

mahdollisesti kävijöidenkin mielestä mielenkiintoinen visuaalinen kontrasti. Tutkielmani keskittyy kuitenkin tarkemmin juuri yksittäiseen *Kapinasta kasvuun* -esittelytekstiin, joka sekin näytti välittävän tehokkaasti merkityksiä. Tämän todistivat sekä useiden vastaajien huomiot siitä, että he tunsivat ymmärtäneensä tekstin pääviestin, samoin kuin se, että he valitsivat kolmen sanan kysymykseeni usein samoja sanoja. Kuvaa katsoessaan vastaajat näkivät kaupan menneisyydestä, jossa vallitsi totinen tunnelma. Teksti koettiin enimmäkseen lyhyenä, ytimekkäänä ja selkeänä.

Monet teorian alaluvussa ”Vastaanottaja päättää omasta kokemuksestaan” esittelemäni aiemman tutkimuksen huomiot kävijöiden käyttäytymisestä kävivät toteen. Pitkistä lapsuuden muistoihin liittyvistä vastauksista päätellen vastaajat viihtyivät näyttelyn äärellä, positiivinen nostalgian kokeminen oli siis tiedon hankinnan ohella tärkeä osa museokokemusta. Toisaalta tietoa koettiin olevan tarpeeksi, toisaalta sitä olisi kaivattu lisää. Kävijöiden kanssa kulkevat ihmiset vaikuttivat heidän lukukokemukseensa. Kävijät muun muassa tukeutuivat toistensa kielitaitoon ja parempaan aiheen tuntemukseen. Lisäksi Werstaan solidaarinen pyrkimys tuoda esiin sorrettujen ääni oli ristiriidassa joidenkin vastaajien kokemuksen kanssa, jonka mukaan teksti tuntui häivyttävän sisällissodan raakuuksia.

Yksi tutkimuskysymyksistäni oli, eroavatko eri vastaajaryhmien kokemukset toisistaan ja jos, niin miten. Monien sekä suomenkielistä että englanninkielistä lukeneiden suomalaisten että englanninkielistä tekstiä lukeneiden kansainvälisten vastaajien kokemuksissa oli samoja piirteitä, mikä viittaa siihen, että käännösteksti on onnistunut tehtävässään yrittää välittää lähtökulttuurin edustajille avautuva kokemus mahdollisimman samanlaisena myös vieraskielistä tekstiä lukevalle kävijälle. Kaikissa vastaajaryhmissä koettiin positiivista nostalgiaa. Tekstin kuvan ja verbaalisen elementin välillä näki ristiriitaa sekä suomalainen että kansainvälinen vastaaja. Joitakin aavistuksenomaisia eroja oli kuitenkin havaittavissa eri ryhmien välillä; esimerkiksi englanninkielistä tekstiä lukevien suomalaisten reaktiot vaikuttivat vähemmän tunnepitoisilta kuin suomenkielistä tekstiä lukeneiden. Kolmelle viidestä kansainvälisestä vastaajasta tuli mieleen sana ”kylmä”, mutta vain yksi viidestätoista suomalaisvastaajasta mainitsi kylmyyteen viittaavan ”talviajan”. Tämä ero on selitettävissä sillä, että ympäristö oli marraskuisessa Suomessa selvästi kylmempi kuin mihin nämä muun muassa Ranskasta ja Egyptistä kotoisin olevat kävijät ovat tottuneet.

Tutkielmani ei vastaajaryhmien pienestä koosta johtuen pysty esittämään kovin yleispätevää tietoa, mutta jatkotutkimuksen kannalta siinä voi olla monia mielenkiintoisia näkökantoja,

joihin voisi syventyä tarkemmin. Jatkossa esittämiäni havaintoja voisi lähteä tutkimaan kasvattamalla vastaajien joukkoa ja tarkentamalla heille suunnattuja kysymyksiä. Esimerkiksi siitä, mikä teksteissä näyttäytyy kansainväliselle museokävijälle vieraana mutta miellyttävänä, ei omilla kysymyksilläni juuri löytynyt sanottavaa. Olisi myös hyödyllistä suorittaa omani kaltainen tutkimus, jossa olisi mukana useampia museoita vaihtelevine motiiveineen ja tekstinmuodostusstrategioineen ja esimerkiksi katsoa, millaisia kuvan ja sanan yhteismerkityksiä niissä on onnistuttu luomaan. Museon näyttelyiden muodostusstrategian taso voitaisiin myös jatkotutkimuksessa ottaa tarkemmin huomioon, ja sitä voitaisiin verrata kävijöiden kokemuksiin.

Tutkielmani esittämiä näkökantoja voidaan hyödyntää viestinnässä. Esimerkiksi visuaalisen kontrastin avulla voidaan johdattaa viestin vastaanottajat tarkastelemaan itse tekstiä monenlaisista näkökulmista käsin, jolloin vaikeaakin asiaa olisi helpompi lähestyä jo lähtökohtaisesti siitä ajatuksesta, että asioilla on puolensa.

LÄHTEET

- Alsop, Graham & Tompsett, Chris. 2006. Making sense of ‘pure’ phenomenography in information and communication technology in education. *ALT-J. Research in Learning technology*. Vol. 14, No 3. London: Routledge. 241-259.
- Boas, Franz & Powell, J. W. 1887. Museums of Ethnology and Their Classification. *Science*. 9. vsk, nro 229. New York: AAAS. 612–614. Saatavilla: <http://www.jstor.org/stable/pdf/1762644.pdf?refreqid=excelsior:c091eb54c2d18384f623986484125d37> [luettu 8.4.2019]
- Borodo, Michal. 2015. Multimodality, translation and comics. *Perspectives: Studies in Translatology*. Issue 1, Volume 23. Oxford: Taylor & Francis Ltd. 22-41.
- Guillot, Marie-Noëlle 2014. Cross-Cultural Pragmatics and Translation: The Case of museum Texts as Interlingual Representation. Teoksessa Juliane House, toim. *Translation: A Multidisciplinary Approach*. Palgrave Advances in Language and Linguistics. London: Palgrave Macmillan. 73-95.
- Hall-Lew, Lauren A. & Lew, Alan A 2014. Speaking Heritage: Language, Identity, and Tourism. Teoksessa Lew, Alan A.; Hall, C. Michael & Williams, Allan M. (toim.). *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. New Jersey: John Wiley & Sons, Ltd. 336-348. Saatavilla: <http://www.lel.ed.ac.uk/~lhlew/Hall-Lew & Lew 2014 proofs.pdf> [luettu 3.10.2017]
- Hannukkala Marjo, Heiskanen Tarja, Kaleva Satu, Karila-Hietala Ritva, Kuitunen Sirkka-Liisa, Lumijärvi Tiina, Mäenpää Elina, Stengård Eija, Tuomaala Ellen, Turhala Satu, Wahlbeck Kristian 2017. *Mielenterveys elämäntaitona. Mielenterveyden ensiapu 1*. 3. painos. Helsinki: Suomen Mielenterveysseura.
- Hannula, Mika 2007. Vuorovaikutuksesta ja maailmassaolemisesta. Teoksessa Pitkänen, Risto toim. *Taiteilija tutkijana, tutkija taiteilijana*. Nykykulttuurin tutkimuksen julkaisuja 90. Jyväskylän yliopisto. 241-250.
- Hietala, Veijo 2007. Televisio ja tunteiden semiotiikka. Teoksessa Oittinen, Riitta & Tuominen, Tiina (toim.) 17-29
- ICOM 2007. Museum Definition. Saatavilla: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> [luettu 31.8.2018]
- Ketola, Anne 2015. Translation diaries of an illustrated technical text. Translation students’ conceptions of word-image interaction. *Connexions. International professional communication journal*. 3(2). 13-40. Saatavilla: <https://connexionsj.files.wordpress.com/2016/02/ketola.pdf> [luettu 8.4.2019]
- Ketola, Anne 2018. *Word-Image Interaction in Technical Translation. Students translating an illustrated text*. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.
- Kielikompassi. Kuvan rakenne. https://kielikompassi.jyu.fi/resurssikartta/netro/pankki/parametrit_moodi_kuva_rak.shtml [luettu 13.8.2018]
- Kress, Gunther & Leeuwen, Theo van 2006 [1996]. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. painos. Routledge London.
- Lavia, Anna-Riikka 2009. 3. : lappi – elämystuottajan aarreaitta. Tarssanen, Sanna toim. 37-54.

- Liao, Min-Hsiu 2018. Museums and creative industries: The contribution of Translation Studies. *The Journal of Specialised Translation*. January 2018. Issue 29. Saatavilla: http://jostrans.org/issue29/art_liao.php [luettu 8.4.2019}
- Lutz, Catherine A. 1988. *Unnatural Emotions: Everyday Sentiments on a Micronesian Atoll and their Challenge to Western Theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Marton, Ference 1981. Phenomenography: Describing conceptions of the world around us. *Instructional Science* 10. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company. 177-200.
- Marton, Ference & Booth, Shirley 1997. *Learning and Awareness*. Mahwah: Erlbaum.
- Mikkonen, Kai 2005. *Kuva ja sana. Kuvan ja sanan vuorovaikutus kirjallisuudessa, kuvataiteessa ja ikonoteksteissä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Mills, Stephen F. 2003. Open Air Museums and the Tourist Gaze. Teoksessa Crouch, David & Lübbren, Nina (toim.) *Visual Culture and Tourism*. Oxford: Oxford International Publishers Ltd. 75-90.
- Neather, Robert 2005. Translating the Museum. On Translation and (Cross-)cultural Presentation in Contemporary China. Teoksessa House, Juliane, Martín Ruano, M. Rosario & Baumgarten, Nicole, toim. *Translation and the Construction of Identity. IATIS Yearbook 2005*. Seoul: IATIS. 180-197.
- Neather, Robert 2008. Translating Tea: On the Semiotics of Interlingual Practice in the Hong Kong Museum of Tea Ware. *Meta: Le verbal, le visual, le traducteur*. Volume 53, Numéro 1. 218–240. Saatavilla: <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/2008-v53-n1-meta2114/017984ar/> [luettu 8.4.2019]
- Oittinen, Riitta. 2007. Peukaloliisasta Nalle Puhiiin – kuva, sana, ääni ja kääntäjä. Teoksessa Oittinen, Riitta & Tuominen, Tiina (toim.), 44-66.
- Oittinen, Riitta & Tuominen, Tiina (toim.) 2007. *Olennaisen äärellä – johdatus audiovisuaaliseen kääntämiseen*. Tampere University Press.
- Pierini, Patrizia 2007. Quality in web translation: An Investigation into UK and Italian Tourism Web Sites. *The Journal of Specialised Translation*. Issue 08, July 2007. Saatavilla: http://www.jostrans.org/issue08/art_pierini.php [luettu 3.10.2017]
- Seppänen, Janne 2001. *Katseen voima – kohti visuaalista lukutaitoa*. Vastapaino, Jyväskylä.
- Sturge, Kate 2007. *Representing Others: Translation, Ethnography and Museum*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Taivassalo, Eeva-Liisa & Levä, Kimmo 2012. *Museokävijä 2011*. Suomen museoliitto ry. Saatavilla: http://www.museoliitto.fi/doc/projektit_ja_hankkeet/museokavija_2011.pdf [luettu 29.8.2018]
- Tarssanen, Sanna 2009a. Johdanto. Tarssanen, Sanna toim. 6-7.
- Tarssanen, Sanna 2009b. 2. matkailutyöntekijä elämyksen luoja. Tarssanen, Sanna toim. 24-35.
- Tarssanen, Sanna & Kylänen, Mika 2009. 1. elämys – mikä se on? Tarssanen, Sanna toim. 8-20.

- Tarssanen, Sanna toim. 2009. *Elämystuottajan käsikirja*. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Oy Sevenprint Ltd. Rovaniemi. Saatavilla: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20ksikirja.pdf> [luettu 8.4.2019]
- Tieteen termipankki a. Adekvaattisuus. <http://tieteentermipankki.fi/wiki/K%C3%A4%C3%A4nn%C3%B6stiede:adekvaattisuus> [luettu 3.10.2017]
- Tieteen termipankki b. Multimodaalisuus. <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Kielitiede:multimodaalisuus> [luettu 3.8.2018]
- Työväenmuseo Werstas. Tietoa Werstaasta. <http://www.werstas.fi/tule-werstaalle/tietoa-werstaasta/> [luettu 28.4.2018]
- Urry, John 1990. *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications Ltd.
- Urry, John 1992. The Tourist Gaze ”revisited”. *American behavioral scientist*. Vol. 36, No 2. Los Angeles: Sage Publications Inc. 172-186.
- Åkerlind, Gerlese S. 2005. Variation and commonality in phenomenographic research methods. *Higher Education Research & Development*. Vol. 24, No. 4. London: Routledge. 321-334.

ENGLISH SUMMARY

Perceptions at Werstas – a Multimodal Translation Experienced by Museum Visitors

Introduction

The main focus of my Master's Thesis was in finding out how actual visitors experience multimodal museum translations, more specifically a text panel of my choosing at the Finnish Labour Museum Werstas. The museum is a complex semiotic environment in which various different modes, including visual and verbal texts, are used to convey meaning. The museum experience is, in its essence, a multimodal one.

When visitors enter the museum, they expect to be both informed and entertained. Museum objects as well as the tourism industry rely heavily on being visually distinctive. (Mills 2003, p.85; Sturge 2007, p.176) The visual is a very open system of signification, which means that it needs to be anchored by a verbal message (Neather 2008, p.221). A museum exhibition can itself be seen as a text or a set of texts that interact with each other, and a museum translation should take into consideration all of these complex relations. The visitor experience cannot be controlled, but various aspects can be taken into consideration while creating a museum text.

Translations are an important part of museum exhibitions, in particular when the museum is considered as a tourist destination serving international visitors in addition to the domestic ones. Research in museum translation gradually engages in a wider socio-.political context, often tourism (Liao 2018, p.57). The focus of this kind of research can be in the interactive side of the museums, which means that the target text users have been brought to the centre of the discussion (Liao 2018, p.51). This is one standpoint from which translation scholars may contribute to museum practice (Liao 2018, p.54).

The material for this study was collected among the visitors, both Finnish and international, of the Finnish Labour Museum Werstas in November 2017. The exhibition was called "Our own co-op" and the text panel in front of which I interviewed the visitors "From rebellion to growth" and it included a verbal description in Finnish, its translations into English and Swedish, and a black and white photograph. The method of analysis I chose for this material is called phenomenography in which the emphasis is on the variation of different human experiences and which aims at describing, analyzing and understanding these experiences

(Ketola 2015, p.53; Marton 1981, p.177-178). The results include comments on various aspects of the text panel. I also present the visitors' associations of this text, based on the words that came into their minds after seeing only the visual side of the text panel and then again after reading also the verbal description.

The Museum as an Area of Translation

According to ICOM, The International Council of Museums, a museum is (Liao 2018, p.46):

”a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.”

The non-profit part has been questioned as museums may contribute to economic growth as a part of the creative industry (46-45). Similarly, they can be seen as a part of the tourism industry.

Museum text can be considered to be in interaction with its audience, and one of its aims to make the audience feel welcomed and involved (Liao 2018, p.48). This is essential in tourism, at the heart of which is the creating of a pleasurable experience filled with some kind of out of the ordinary feeling. In order to make sure that this experience will indeed be what it has been set out to be, various aspects of creating the “product” (or, a museum exhibition) can be taken into consideration, including the level of motivation (the visitor's interest), the physical (making the surroundings pleasant and safe) and the intellectual (so that the visitor is offered a chance to learn something new) (Tarssanen & Kylänen 2009, p.16). Language is an important part of this, facilitating the communication between the service provider and the customer (Hall-Lew & Lew 2014, p.336). Well presented information increases the feeling of involvement and provides actual access to the information at hand also for the reader of the translation (Liao 2018, p.56). In tourism, the level of fluency in communication may have direct economic value (Hall-Lew & Lew 2014, p.336).

In translation and tourism, languages and cultures encounter. Museums can be seen as interactive areas for these encounters. In order for true encounters to take place, our individual experiences should submit to conflicts, and we should be ready to question our own views (Hannula 2007, p. 241, 246). Therefore a translator should acknowledge that his or her cultural background may differ from the background of the text's target audience (Neather 2005, p.185). Building bridges between people and expanding the field of mutually accessible

meanings across communities is of crucial importance (Sturge 2007, p.177). Even though our experiences of the world differ, we still have a lot in common – the basis of our feelings, for example.

The touristic space is represented through various verbal and multimodal practices (Hall-Lew & Lew 2014, p.341). Some features in a language may carry nostalgic, peculiar or exotic connotations for the visitor to enjoy (Hall-Lew & Lew 2014, p.339-340). Hall-Lew and Lew suggest that the features of language that are connected to nationalism or other political agendas are often seen as particularly authentic by the tourists (338). Despite of this, they propose that tourist destinations should rather concentrate on the current, actual ways that people use language and this way bring the tourists closer to the locals (342, 338).

One addition into the difficulty of creating museum translations is the nature of the museum as a complex semiotic space in which various different texts interact with each other. In fact, the museum itself can be seen as a text, as a combination of various shorter verbal and visual texts. (Sturge 2007, Neather 2005) Museums exhibit culture by using objects to convey meaning. These objects come from one world, and when they are placed into a museum, they become a part of a new network of meanings and interpretations (Sturge 2007, p.131). This practice of making the concepts, circumstances and experiences of one culture understandable for another culture is seen as translation (Guillot 2014, p.75). The way different objects or texts are arranged at a museum exhibition affects how the visitors interpret the exhibition, and the relation of one object to the others affects on how it is interpreted (Neather 2008, p.219, 223). Instead of showing the meanings these objects carry as solid facts, the museum should make the academic negotiation behind the arrangement and collecting of objects as well as the use of imagination and the incompleteness of its interpretations visible. This can be done by presenting the information from several different angles. (Mills 2003, p.79, 86-87)

In a museum exhibition, different meanings are produced both on intra- and intersemiotic levels. The former means interaction between elements within the same semiotic system (eg. visual and visual) and the latter interaction between elements from differing systems (e.g. visual and verbal) (Neather 2005, p.182). Different texts at a certain exhibition present potentially similar information in different ways which can be said to be a form of intra-lingual translation. (183) Museum text genres, such as title signs and introductory texts, can be seen as hierarchical - other texts have more predominant positions in the exhibition than others. (182-183). Interaction between these texts can take forms such as simplification, in

which one text is a simplified version of a longer text, and supplementation in which a text expands on the information provided in another (Neather 2008, p.220). The fact that these text genres are not necessarily clearly defined makes it more difficult for a translator to define what information belongs where (Neather 2005, p.183,187).

Previous studies on visitor behavior suggest that each museum visitor decides independently for his or her experience. Contradiction between the expectations (or, motivation) of the visitors and the aims of the creators of the exhibition, and what the experience finally ends up being like, may emerge (Guillot 2014, p.90). The visitors may approach the exhibition from the viewpoint of their own values and family histories (Sturge 2007, p.134). They may not even read the texts in the order that has been intended, which may lead into a less comprehensive understanding of the message of the exhibition as a whole (Neather 2008, p.221). It has been established that who the visitor has come to the exhibition with clearly affects on how the message is read, and even the presence of a researcher has an effect (Sturge 2007, p.134, 74). The creators of an exhibition must, anyhow, have some kind of an idea about who the exhibition is intended for and this idea has a direct influence on the presentation of information at a museum (Neather 2005, p.194).

The communities the visitors come from, as well as their personal histories and momentary emotions or conditions such as tiredness guide the way each visitor experiences an exhibition (Sturge 2007, p.134; Hannukkala 2017, p.28; Hannula 2007. p.245). The needs and expectations of local versus international guests may differ from each other dramatically. The more varied the audience is, the more difficult it becomes to address each of them through the same text. (Neather 2005, p.181,184) Museum texts are shaped according to the changing target audiences by for example adding information that is considered crucial for this particular audience. (Neather 2008, p.238, 227, 237) If the information is scarce or presented in an unclear way, the visitors may become frustrated, they may not understand all of the cultural aspects and feel being left out of something (Neather 2005, p.191).

Multimodality means that different semiotic systems work together, and it is a crucial characteristic of a human experience (Seppänen 2001, p.40). A certain mental process may be written into a visual narrative process as well as a verbal narrative clause (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.78). In addition to understanding verbal language, a translator must be aware of visual elements, their history, and powers that operate through visual orders

(Oittinen 2007, p.65). This kind of visual literacy can be seen as an important skill in the working life of today (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.1).

A visual order is constructed through images which carry meanings that are created through the interaction between the image and the feelings, ideas and cultural values of the viewer (Seppänen 2001, p.182). Visual literacy is based on the shared views certain communities have of certain imagery – it is a social resource and a social agreement (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.3, 12). Questioning these commonly shared views (including values, norms and attitudes) is crucial to visual literacy (Seppänen 2001, p.33, 57).

Sight is often valued over other senses especially in tourism; this is what happens at a museum when our attention is drawn to the visual that is distinctive in some way. In tourism, certain attractions gain validation through tourist gaze. (Mills 2003, p.82-83) Sociologist John Urry defines tourist gaze as collecting visual experiences and important signs (1990. p.1). Tourist gaze is a visual order of tourism. The tourist gaze defines certain attractions as sights as they gain value through visual distinctiveness and by being marked as something special in the discourses of tourism (Urry 1992, p.172;1990, p.12). This happens at a museum where the fact that an object is placed there makes it important, and a verbal description explains why.

The tourist gaze, like all the gazes, is constructed through contrasts and differences and is shaped by new (touristic) experiences – what a non-touristic experience happens to be at a certain time, how it has been in the past, and how it is perceived through the eyes of a certain society or a social group. Therefore there is no one universal tourist gaze. (Urry 1990, p.1-2, 4-7) Tourists maintain and shape the tourist gaze by for example taking photographs, and professionals of different fields construct and develop the industry and therefore the gaze into the direction they think the tourists' tastes are going or might go in the future (1-4). These kinds of negotiated and shared gazes create social cohesion (13).

What the tourist encounters is a staged show made especially for the tourist, the exotic turned into a form that is easier to digest (Urry 1990, p.9, 7). However, a museum may present itself in a way that makes the potential visitors aware of the fact that its exhibitions may confuse them slightly. A museum, similarly to a photograph, carries the aura of objectivity (Seppänen 2001, p.153; Sturge 2007, p.130). It offers visual, concrete representations for the viewer and these representations are seen as reality; “seeing is believing” (Sturge 2007, p.137). Scholars often find it difficult to present their knowledge in a visual form; this might require a great amount of contextualization through the use of language (Mills 2003, p.77).

The verbal and the visual may convey similar meanings, but they use different means to achieve this. (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.76, 16). An image cannot be fully expressed as words and vice versa (Mikkonen 2005, p.40). When images and words appear together in the same text, they may have several kinds of ways to interact with each other. These two semiotic modes may represent the same elements which leads to the same or similar meanings to be repeated, which is called “elaboration” by some scholars. One of these modes may also expand on the meanings represented in the other which creates new meanings for the whole text and is called “extension”. The words and the images may also co-operate so that looking at them both in turns creates all new meaning – this is called “enhancement”. (Borodo 2015, p.23-24)

A multimodal analysis starts with recognizing elements from the visual parts of the text, such as objects and circumstances, continues with identifying the lexical items related to these and ends up with analyzing the relations between the two. We may for example observe the order in which different elements are presented in the imagery and their sizes. It is useful to ask questions such as what is included in the images and what is left outside of them. (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.43, 79, 45) Images as well as intersemiotic relations may also be analyzed through three metafunctions mentioned by Kress and van Leeuwen: the ideational, the interpersonal and the textual (41- 42; Borodo 2015, p.24). The ideational metafunction concerns the ability of the text to represent the objects of the world and relations between them outside the representational system. The interpersonal metafunction has to do with the relationship between the producer, the observer and the object: does a person depicted in the image for example look the observer in the eye? The textual metafunction reminds us of the ability of each semiotic system to produce texts, combinations of meanings that communicate with the world and with each other. (Kress & van Leeuwen 1996/2006, p.41-43)

According to Robert Neather (2008), museum studies should be more concerned with the ways the visual and the verbal together affect the translation processes (238). Emphasizing different aspects of the same object, whether it be through visibility or language, leads to different reactions and views on ideational, interpersonal and textual levels (Guillot 2014, p.89). Verbal language is flexible so it can be used as a means to create new, diverse meaning around museum objects that appear static (93).

Neather reckons that a museum object can be read as a synecdoche, as a part of a whole and a symbol carrying cultural meaning, or as a metaphor, which means that it is considered to be

only of aesthetic value (2008, p.222; 2005, p.190). In order for the cultural information to be effectively mediated, all required information should be available also in the form of translations (Neather 2005, p.190). Enforcing links between the visual and the verbal leads to more precise relations between different semiotic modes to be observed and the exhibition to be more easily read as a whole of cultural meaning (Neather 2008, p.238, 223). When translating a museum exhibition, one should keep in mind the diverse ways different texts support each other and present multiple viewpoints for the visitor (Guillot 2014, p.77, Neather 2005, p.183). In addition to this, spatial and visual aesthetics and genre conventions pose limitations for translation at a museum (Neather 2008, p.238). If intended information is considered to be clearly mediated through the visual, it can be excluded from the verbal part (233). Each translated text should function effectively with other museum texts on an intersemiotic level. Furthermore, the space available must be negotiated in a way that the information presented is easily accessible for the visitor and so that each audience appears to have been taken into consideration. (Neather 2005, p.194)

Research Material and Methodology

The data for my study was collected at Werstas in November 2017 at the exhibition “Our own co-op” and it included answers from 15 Finnish (of which 10 read the text in Finnish and 5 in English) and 5 international visitors. Before the final collecting of data I carried out a few pilot interviews within my family after which the questions changed a bit. In the final four questions, I asked the visitors’ opinions about the way things are said (fluent, not so fluent) and did something about the text seem familiar or unfamiliar to them (in a positive or a negative sense) and which three words came to their minds before and after reading the verbal information.

The text panel I chose for the respondents to comment on was called *From Rebellion to Growth*, (see p. 44, 46 above) which included a black and white photograph of an old store with sales personnel, customers and groceries typical of the period. This image took about a third of the panel and was situated at the top of it. In the middle was the verbal information in Finnish, which also took a third of the space, and the final third at the bottom included translations in English and Swedish. The verbal part of the text panel handled the progressive cooperative movement during the Civil War and the 1920’s-1930’s, and the upward turn of the Finnish economy during those years. One reason for choosing this particular panel was that the translator had both added a description to go with a more difficult Finnish concept

(*ultra-nationalist* Lapua Movement) and left one without any explanation (the Red Guards). In contrast to the black and white of this panel, the rest of the exhibition, including a range of objects, was very colorful. According to its website, Werstas aims at bringing into daylight the voice of the workers, who have oftentimes been overlooked, but in addition to these more difficult themes it also wants to offer a positive experience filled with nostalgia. (Työväenmuseo Werstas) All of the components of this exhibition help at conveying this message, and offer a possibility for the visitor to reach a synecdoche reading in which, perhaps, the co-operative movement stars as a hero.

The method with which I decided to approach the analysis of this qualitative study was phenomenography. In phenomenography, the emphasis is on the variation of experiences and perceptions (Ketola 2015, p.53). Because my research material only consists of 20 answers, studying it through variation leads to interesting results. Phenomenography sets out to describe, analyze and understand the different perceptions people have of reality (Marton 1981, p.177-178). It is not about what this text panel for example actually is but how the visitors see it. These conceptions of reality are not seen as individual qualities but as “categories of description” (177). It has been noticed that the number of qualitatively different perceptions, or categories concerning each phenomenon, is usually rather limited, and the modes of experience worthwhile studying can be recognized (181). Instead of only listing these categories, the relations they have with each other can be examined (190).

The phases of phenomenographic analysis may for example consist of reading through the material several times in order to identify the key features of the phenomenon in question, concentrating on each of these key features at a time while reading through the material again, and collecting these findings into hierarchical structures (Alsop & Tompsett 2006, p.247). Creating these structures, or relations between different categories, rises both from the data and the ideas of the researcher in question. Finding new, more flexible ways of presenting the results may open up new ways of understanding different phenomena. (Åkerlind 2005, p.329) In my analysis, some distinctive themes were found through examining the variation in the collected answers. At first I found it slightly difficult to grasp the idea behind hierarchical structures, but came to the conclusion that the hierarchies were present in the way my thinking process proceeded (see image 1. below). The categories of description were created through comparing certain features that emerged from the data to each other. In the following graphic I demonstrate the way this comparison took place, ending up into the themes of my final analysis on the right.

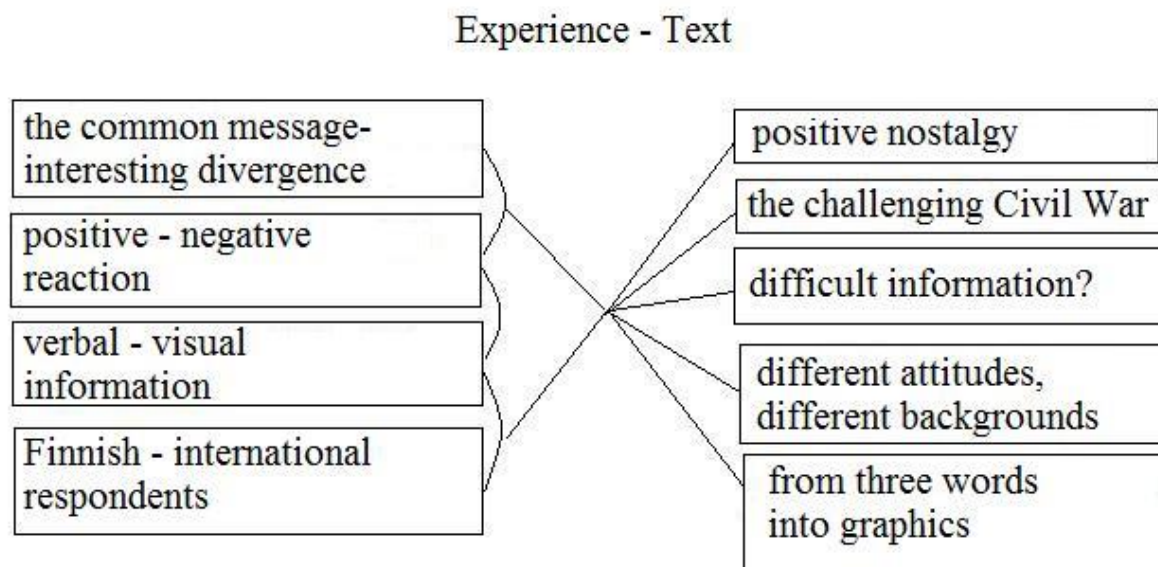


Image 1. The process of phenomenographic analysis and the formed categories of description.
(c) Laura Aro

First in the hierarchy of my process of thought was comparing the text to the experience. The perspectives that are on the left in this graphic came next. The crooked lines demonstrate how these pairs forming each perspective were also compared to each other before creating the categories on the right.

The aim of phenomenographic research is to present the results so that nothing is left out of the experience of the group in question. (Ketola 2018, p.60; Marton & Booth 1997, p.125) This is rather difficult due to the vast number of different perspectives that the researcher may opt for. In my study, I also noticed that some important perspectives may come outside of the main lines of the thinking process. In addition to the categories presented above, features of experience also merge – information may for example be simultaneously mediated both visually and verbally.

From Text to an Experience

The thoughts and experiences of the respondents concerning this multimodal translation were diverse, but there were some key features that emerged from the data around the questions that were asked and after the phenomenographic analysis that was applied. In the quotations of the answers, the age and home country of each respondent is provided in parentheses.

In at least 14 answers, positive nostalgia seemed present. Westas informs us on its website that one of its purposes is to create a positive, nostalgic experience (työväenmuseo Wertsas). According to these respondents, the museum succeeds well in this. A lot of the positive nostalgia had to do with the image of the text panel and the following sentence listing consumer goods: “People’s consumption habits changed: commercial bread, roasted coffee, canned food, sweets, fruit and ready-to-wear clothes appeared in stores.” One respondent commented on the word ‘commercial bread’ (ostoleipä) like this:

”Mummo tuli mieleen ostoleivästä, positiivisella tavalla.” (25, Finland)
 (“Commercial bread’ brought my granny to mind, in a positive way”)

A word that can be seen to belong to some other age period may trigger memories from times long gone and be used in bringing tradition to life. The old artifacts of the image were also noticed by many. This could be seen in the international respondents’ answers as well:

“Same as grocery in France in those days.” (43, France)

Many of the respondents talked about their childhood memories, all of them Finns reading the text in their mother tongue. One Finnish respondent, aged 71, happily chatted about her memories, taking notice of the lamp in the image decorated with pearls for the reason that her grandmother used to have one – a strong, positively nostalgic memory associated with this specific object.

In addition to its positive aspects presented above, the text panel also handled the Finnish Civil War. In one respondents’ experience, the way the text expressed the loss of people serving in the Red Guards was too neutral:

”Hieman lievästi sanottu (tuo) ”olivat kuolleet”, monethan oli murhattu.” (60, Finland, reading the English translation)
 (“The bit ”with many members dead” seems a little too mild, many of them had been murdered, after all.”)

Here the text leaves without a mention by whom these people ended up dead, fading out their personality. The term “Civil War” used in the text didn’t capture the attention of any of the respondents, even though the discussion around the correct term for these incidents has been going on for a while. The term seems to enjoy collective approval, and Werstas seems to be aware of this, opting for the neutral word. Still, the fact that even such a neutral use of language as “with many members dead” evokes resistance, points out that neutrality or

objectivity is something rather difficult to achieve, especially when talking about the more serious aspects of life.

Even though in the question about the fluency of the text I emphasized the verbal part of it, some features of its visual side also came up, which points out that the text was indeed a multimodal entity. Mostly the respondents felt that they had understood the main points of the text panel. The text was seen as a short, compact and clear piece of information, but many of the respondents were eager to also propose some corrections. Some sentences were seen as too long and complicated, and some parts of the text left the respondents in need of more information or doubting their own previous knowledge of history. Some of the answers were controversial; the text was seen as too long and too short even by the same respondent.

Some international respondents were uncertain about their level of English. The people they had come to the museum with helped them by clarifying the aspects that for themselves were difficult to understand (a Finnish companion to an Egyptian respondent), and with the language (French respondents to each other). The concept of Red Guards was explained to the Egyptian respondent as “security”, and the word “looting” as “some kind of stealing”; this word was reported as challenging by three respondents. Even though the translator had added a description “ultra-nationalist” to go with Lapua Movement, the concept remained unclear to some respondents. The museum and its text panels have, however, a limited space, and explanations cannot be added without compromising the compactness of the text. Obviously concepts such as the Red Guards and the Lapua Movement are more challenging to those coming outside of the Finnish culture.

The caption on the side of the image was something I didn’t ask the respondents to read, but it appeared to carry some important information that the respondents asked for after reading only the rest of the text panel, such as the whereabouts of the store. This is a good example of the museums’ way of presenting several texts that complement each other (Neather 2008, p.220-221).

A more balanced visual presentation was aspired for. The image of the text panel was seen both delightful and as too far away from the verbal information. The contrast between the verbal text and the image was noticed by both a Finnish and an international respondent, and the Finnish respondent speculated that this might even be on purpose. Both the people reading the Finnish text and the English text, in the end, mostly saw it as a clear presentation, which points to the conclusion that its translator had succeeded in her job.

In the answers it could be seen that the objects in the black-and-white image appeared particularly fascinating to the international museum guests, and the store in the image itself was seen as something identifiable. One respondent found it hard to identify with anything in the text panel (comment by his companion in parentheses):

”Not really anything familiar. (-The people?) Obviously the people are familiar. They don’t look like they’re enjoying themselves. Not very cheerful.”

The people he saw in the image appeared too gloomy, and this unhappy feeling affected his whole experience of the text.

I approached the visitors’ experience of the text also by asking them to tell me three words they associated with the image before reading the verbal part, and which three words they associated with the whole text after reading the text through and answering the rest of my questions. With the help of the answers to the first question we may begin to outline the visual order that occurred in this image according to these visitors and some characteristics of their momentary, socially constructed tourist gaze (Urry 1990, p.1).

The word “store” was the most popular word that came to the respondents’ minds after looking at the visual part of the text with 13 mentions. It also held on in the answers of some respondents after they had read the rest of the text. The respondents had concluded that the image represented a store, and reasoned on that the people in the image must be “customers” standing in front of the desk, and “salespersonnel” standing behind it, and that some of the objects in the image were “consumer goods”. These three words were also fairly popular in the answers. On the other hand, words that didn’t refer to concrete objects of the image but rather the atmosphere of it, such as “past” and “history”, were each chosen by three respondents. These ideas of the store of the past then lead into words such as “childhood” and “dearth”. The adjectives associated with the image were “serious” and “firm”. The black-and-white image appeared a good solution for the text as it managed to represent quite similar qualities to all of the respondents. Some answers, however, slightly diverged from the main body by only referring to the store without mentioning the actual word, and words “the countryside” and “close” only came to the mind of one respondent each.

“The hat” or “fur cap” was the most often mentioned singular object in the image. This word possibly became associated with the word “cold”, which was mentioned by three international respondents but none of the Finnish respondents. This might also have been triggered by the cold weather of Finland in November. The hat also brought Russia to the mind of one French

respondent, which can be said to have something to do with the Red Guards in the Civil War, and after reading the verbal information, one Finnish respondent started to see nuances having something to do with Civil War in the image as well.

After the respondents read the rest of the text panel, “serious” and “firm” turned into “grim”, “unhappy” and “sad”. The serious expressions that the people in the image had undoubtedly affected these responses, as did the seriousness of the verbal description. The image created more neutral choices of words, which leads to the conclusion that these respondents did not want to see the text as too grim at first glance. The experienced text turned more serious as the relationship between the observers, the text and the people depicted in it changed – in other words, the texts’ interpersonal metafunction affected its ideational metafunction (Borodo 2015, p.24).

As answers to the ideas associated with the whole text, expressions related to the main points of the text, such as “progress”, were popular. Many of the respondents also took the opportunity to comment on the whole interview as an answer to the last question, which made “corrective proposals” and “praises” popular categories of words chosen here. All in all words chosen after reading the text were more diverged and particular than the words chosen after only looking at the visual side of the text panel. Also, even though objects in the image were popular answers to the first question, none of the respondents chose them at the end of the interview (except for the word “store”). The nuances in the answers of each group of respondents (Finns reading the Finnish text, Finns reading the English text and international visitors) varied; the first group chose the word “old-fashioned”, whereas the second group the word “archive” and the last group “historical”.

Conclusions

In this study I have attempted to describe the ways museum visitors experienced a specific multimodal, translated text panel called “From Rebellion to Growth” at the Finnish Labour Museum Werstas. With the help of these 20 answers and the outlining theory, we may perhaps learn something new about experiencing museum texts on a more general level, even though information relying on the opinions of respondents is something that is constantly changing. This on the other hand is the reason that conducting these kinds of studies will maintain their importance in the future. Due to the small number of respondents, very firm conclusions of the results of this study cannot be withdrawn. Furthermore, in a qualitative

study, the viewpoints opted by the researcher create a new level of encounter which affects the results.

In the method of this study, phenomenographic analysis, the hierarchies that lead to categories of description and into structured results are formed as relations that different phenomena or aspects of an experience have with each other. The way that categories may interact with each other can for example be seen in the way different metafunctions merge: interpersonal affects the ideational and thus grim expressions of people in the image lead into more gloomy interpretations of the text as a whole.

The numerous corrective proposals in the answers lead the way for creating better museum texts that would facilitate the interaction between visitors and service providers. Some complicated expressions and words were experienced as rather difficult to comprehend. This evoked a feeling that the creators of this museum text had perhaps overestimated the previous knowledge of the museum visitors slightly. With more explanatory descriptions, the text could have been made easier to understand, but due to limited resources such as the space available, some compromising has to be done.

Texts in a museum complement each other, which could be seen in the results. However, even if the respondents were only reading one specific text panel, they felt as if they understood its main points. The text was deemed clear, and the black-and-white image seemed to convey similar meanings to all of the respondents: a store of the past with a serious atmosphere. There were many similarities in the answers of each group of respondents, which points out that the text and its translator had mostly succeeded in conveying a similar message for each audience. Some variance could still be seen between these groups; the results for example suggested that the answers of the people reading the text in their mother tongue experienced it on a more emotional level. In addition to being informed, the visitors also appeared to be entertained, which was expressed for example as feelings of positive nostalgia. This feeling was often triggered by the concrete items in the image.

Opinions on the aspects of the text varied, and sometimes they were in conflict with each other. However, with larger groups of respondents and more specific questions presented to them, the upcoming research could set out to map the experiencing of museum texts more precisely. More museums could be taken under consideration within the same study so that their strategies of meaning making could be compared to each other and to the experience of the visitors.

The viewpoints of this study could be useful in the field of communications as well. In this exhibition, a fascinating contrast was created by the black-and-white image of the text panel and the colorful visuality of the rest of the exhibition. The observed visual contrast can spark the visitors' interest towards the more serious standpoints of the information on show, and lead them into thinking that there are many sides to a story.